

# **ANALIZA TRGA Z EKOLOŠKIMI ŽIVILI V REPUBLIKI SLOVENIJI**

KONČNO POROČILO PROJEKTNE NALOGE

(ŠT. PROJEKTNE NALOGE: 430-102/2021)

**IZVAJALEC:**

IRSA, Inštitut za razvojne in strateške analize

**PODIZVAJALCI:**

ARAGON, raziskovanje in načrtovanje, d. o. o.

UNIVERZA V MARIBORU, Fakulteta za kmetijstvo in biosistemske vede

Ljubljana, september 2022

# KAZALO VSEBINE

|  |           |
|--|-----------|
| <b>UVOD</b>  | <b>6</b>  |
| <b>VSEBINA JAVNEGA NAROČILA</b>  | <b>8</b>  |
| <b>SKLOP 1: ANALIZA OBSEGA IN DINAMIKE PONUDBE IN POVPRASEVANJA EKOLOŠKIH ŽIVIL</b>              | <b>9</b>  |
| <b>1 OCENA PROMETA Z EKOLOŠKIMI ŽIVILI</b>   | <b>10</b> |
| 1.1 JAVNI ZAVODI   | 10        |
| 1.2 TRGOVSKE VERIGE  | 15        |
| 1.3 HORECA   | 19        |
| 1.4 KMETIJE  | 21        |
| <b>2 GLAVNI TRŽNI AKTERJI</b>  | <b>28</b> |
| <b>3 GLAVNE PRODAJNE POTI</b>  | <b>29</b> |
| <b>4 OCENA TRŽNEGA DELEŽA EKOLOŠKIH ŽIVIL GLEDE NA IZVOR (SLOVENSKA IN TUJA EKOLOŠKA ŽIVILA)</b> | <b>29</b> |
| <b>5 PORABA EKOLOŠKIH ŽIVIL NA PREBIVALCA V SLOVENIJI</b>  | <b>29</b> |
| <b>SKLOP 2: ANALIZA POTROŠNIKIH NAVAD IN ODNOSA DO EKOLOŠKIH ŽIVIL</b>                           | <b>31</b> |
| <b>1 CILJI RAZISKAVE</b>   | <b>32</b> |
| <b>2 METODOLOGIJA RAZISKAVE</b>  | <b>32</b> |
| <b>3 POVZETEK GLAVNIH UGOTOVITEV</b>   | <b>34</b> |
| <b>4 REZULTATI</b>   | <b>36</b> |
| 4.1 PREPOZNAVNOST EKOLOŠKIH ŽIVIL  | 36        |
| 4.2 NAKUP EKOLOŠKIH ŽIVIL  | 38        |
| 4.3 PERCEPCIJA EKOLOŠKIH ŽIVIL   | 43        |
| 4.4 NAKUPNI DEJAVNIKI – EKOLOŠKA PRIDELAVA V KONTEKSTU Z DRUGIMI LASTNOSTMI                      | 45        |
| 4.5 CENOVNA PREMIJA EKOLOŠKIH IN LOKALNIH ŽIVIL  | 51        |
| 4.6 ODNOS DO PREHRANJEVANJA IN NAKUPOVANJA ŽIVIL   | 53        |
| <b>SKLOP 3: ANALIZA UVOZA IN IZVOZA Z EKOLOŠKIMI ŽIVILI</b>                                      | <b>55</b> |
| <b>1 UVOZ EKOLOŠKIH ŽIVIL</b>  | <b>56</b> |
| <b>2 IZVOZ EKOLOŠKIH ŽIVIL</b>   | <b>58</b> |
| <b>SKLOP 4: ANALIZA CEN IN CENOVNIH TRENDOV</b>  | <b>60</b> |
| <b>1 UVOD</b>  | <b>61</b> |
| <b>2 POVZETEK GLAVNIH UGOTOVITEV</b>   | <b>61</b> |
| <b>3 METODOLOGIJA</b>  | <b>62</b> |
| <b>4 REZULTATI</b>   | <b>63</b> |
| 4.1 SPLOŠNE CENE   | 63        |
| 4.2 DISTRIBUCIJSKI KANALI  | 78        |
| <b>5 SKLEP</b>   | <b>84</b> |
| <b>SKLOP 5: ANALIZA POTENCIALA ZA RAST PONUDBE S SLOVENSKIMI EKOLOŠKIMI ŽIVILI</b>               | <b>85</b> |
| <b>LITERATURA IN VIRI</b>  | <b>91</b> |

# KAZALO SLIK

|  |    |
|--|----|
| Slika 1. Kolikšen delež v strukturi nabave vseh živil predstavljajo ekološka živila? Kolikšen delež od vseh nabavljenih ekoloških živil pa predstavljajo ekološka živila, ki so pridelana/proizvedena v Sloveniji? | 11 |
| Slika 2. Kolikšen je delež nabave ekoloških živil preko javnih naročil, kolikšen pa preko kratkih dobavnih verig?  | 12 |
| Slika 3. Katere so glavne ovire, da ne nabavljate ekoloških živil v večjem obsegu, kot jih trenutno?   | 13 |
| Slika 4. Katere so glavne ovire, da ne nabavljate slovenskih ekoloških živil v večjem obsegu kot trenutno?   | 13 |
| Slika 5. Koliko let je vaša kmetija vključena v nadzor ekološke pridelave in predelave?  | 22 |
| Slika 6. Kolikšen delež vaših ekoloških živil je namenjen za prodajo (in ne za lastno porabo)?   | 22 |
| Slika 7. So bila v letu 2021 vsa ekološka živila, ki ste jih prodali, prodana kot ekološka živila?   | 23 |
| Slika 8. Ali ekološka živila lastne pridelave prodajate tudi na tuje trge? Delež odgovorov »da«.   | 23 |
| Slika 9. Delež prodaje ekoloških živil glede na trg prodaje  | 23 |
| Slika 10. Kolikšna je bila vrednost vseh prodanih ekoloških živil iz vaše lastne pridelave in predelave izključno iz vaših lastnih pridelkov (ki so bila prodana kot ekološka živila)?                             | 24 |
| Slika 11. Primerjajte leto 2021 z letom 2019 (pred epidemijo covid-19) ter s prihodnjimi načrti (za leta 2022–2025). Ste takrat oziroma boste takrat prodali ...   | 25 |
| Slika 12. Ali v prihodnjih letih (2022–2025) načrtujete katero od naslednjih sprememb?   | 25 |
| Slika 13. Načrtovane spremembe v prihodnjih letih (2022-2025) glede na preteklo prodajo ekoloških živil  | 26 |
| Slika 14. Katere prodajne poti uporabljate za prodajo vaših ekoloških pridelkov in izdelkov?   | 26 |
| Slika 15. Demografska struktura vzorca: spol   | 33 |
| Slika 16. Demografska struktura vzorca: starost  | 33 |
| Slika 17. Demografska struktura vzorca: regija   | 33 |
| Slika 18. Demografska struktura vzorca: tip naselja  | 33 |
| Slika 19. Demografska struktura vzorca: izobrazba  | 33 |
| Slika 20. Demografska struktura vzorca: zaposlitveni status  | 33 |
| Slika 21. Demografska struktura vzorca: dohodek (v primerjavi s slovenskim povprečjem)   | 33 |
| Slika 22. Razumevanje pojma »ekološko živilo«  | 36 |
| Slika 23. Elementi prepoznavne ekoloških živil   | 36 |
| Slika 24. Olajšani priklic oznak na živilih  | 37 |
| Slika 25. Nakup živil z oznakami   | 37 |
| Slika 26. Percepcija oznak na živilih  | 38 |
| Slika 27. Frekvenca nakupa ekoloških živil   | 38 |
| Slika 28. Kanal nakupa ekoloških živil   | 39 |
| Slika 29. Nakup vseh živil   | 40 |
| Slika 30. Nakup ekoloških živil  | 40 |
| Slika 31. Ekološka živila v restavracijah  | 40 |
| Slika 32. Slovenska živila v restavracijah   | 40 |
| Slika 33. Potreba po povečanju razpoložljivosti ekoloških živil  | 41 |
| Slika 34. Nakup ekoloških živil v preteklosti  | 41 |
| Slika 35. Nakup ekoloških živil v prihodnosti  | 41 |
| Slika 36. Nakup ekoloških živil v času   | 42 |
| Slika 37. Nakup ekoloških živil v prihodnje  | 42 |
| Slika 38. Prednosti ekoloških živil  | 43 |
| Slika 39. Slabosti ekoloških živil   | 43 |
| Slika 40. Ekološka živila nasploh  | 44 |
| Slika 41. Slovenska ekološka živila  | 44 |
| Slika 42. Hierarhija lastnosti   | 47 |
| Slika 43. Delež pojasnjene nakupne odločitve   | 48 |

|   |    |
|---|----|
| Slika 44. Ekološko vs. Konvencionalno živilo po isti ceni   | 48 |
| Slika 45. Ekološka vs konvencionalna pridelava – cenovna občutljivost   | 49 |
| Slika 46. Slovensko ali lokalno poreklo vs. Tujina po isti ceni   | 50 |
| Slika 47. Slovensko ali lokalno poreklo po isti ceni  | 50 |
| Slika 48. Cenovna premija zelenjave   | 51 |
| Slika 49. Cenovna premija sadja   | 51 |
| Slika 50. Cenovna premija mesa  | 52 |
| Slika 51. Cenovna premija sadja v letu 2017*  | 52 |
| Slika 52. Cenovna premija kategorij leta 2019*  | 52 |
| Slika 53. Odnos do prehranjevanja   | 53 |
| Slika 54. Skupine glede na dominantni motiv prehranjevanja  | 53 |
| Slika 55. Skupine glede na dominantni motiv prehranjevanja  | 54 |
| Slika 56. Razlika v ceni med konvencionalno in ekološko pridelanimi živilami v Sloveniji v letu 2021  | 63 |
| Slika 57. Razlika v ceni med ekološko pridelanimi živilami v letu 2021 in povprečno drobnoprodajno ceno izdelkov po metodologiji SURS v letih 2018, 2019, 2020 in 2021                                      | 64 |
| Slika 58. Razlika v ceni med konvencionalno in ekološko pridelanim sadjem   | 64 |
| Slika 59. Indeks skupaj – razlika v cenah ekološko in konvencionalno pridelanega sadja  | 65 |
| Slika 60. Razlika v ceni med ekološko pridelanim sadjem v letu 2021 in primerljivimi artikli glede na povprečno drobnoprodajno ceno izdelkov po metodologiji SURS v istem letu                              | 65 |
| Slika 61. Razlika v ceni med konvencionalno in ekološko pridelano zelenjavo   | 66 |
| Slika 62. Indeks skupaj – razlika v cenah ekološko in konvencionalno pridelane zelenjave  | 66 |
| Slika 63. Razlika v ceni med ekološko pridelano zelenjavo v letu 2021 in primerljivimi artikli glede na povprečno drobnoprodajno ceno izdelkov po metodologiji SURS v istem letu                            | 67 |
| Slika 64. Razlika v ceni med mlevsko pekovskimi izdelki, pripravljenimi iz konvencionalno in ekološko pridelanih živil  | 67 |
| Slika 65. Indeks skupaj – razlika v cenah ekološko in konvencionalno pridelanih mlevskih in pekovskih izdelkov  | 68 |
| Slika 66. Razlika v ceni med ekološkimi mlevskimi in pekovskimi izdelki, izdelanimi v letu 2021, in primerljivimi artikli glede na povprečno drobnoprodajno ceno izdelkov po metodologiji SURS v istem letu | 69 |
| Slika 67. Razlika v ceni med ekološko in konvencionalno pridelanimi mlečnimi izdelki  | 69 |
| Slika 68. Indeks skupaj – razlika v cenah ekološko in konvencionalno pridelanih mlečnih izdelkov  | 70 |
| Slika 69. Razlika v ceni med ekološkimi mlečnimi izdelki, izdelanimi v letu 2021, in primerljivimi artikli glede na povprečno drobnoprodajno ceno izdelkov po metodologiji SURS v istem letu                | 70 |
| Slika 70. Razlika v ceni med ekološko in konvencionalno pridelanimi olji in kisi  | 70 |
| Slika 71. Indeks skupaj – razlika v cenah ekološko in konvencionalno pridelanih olj in kisov  | 71 |
| Slika 72. Razlika v ceni med ekološkimi olji in kisi v prodaji leta 2021 in primerljivimi artikli glede na povprečno drobnoprodajno ceno izdelkov po metodologiji SURS v istem letu                         | 71 |
| Slika 73. Razlika v ceni med ekološko in konvencionalno pridelanimi jajci   | 72 |
| Slika 74. Razlika v ceni med ekološko pridelanimi jajci (v prodaji leta 2021) in primerljivimi artikli glede na povprečno drobnoprodajno ceno izdelkov po metodologiji SURS v istem letu                    | 72 |
| Slika 75. Razlika v ceni med ekološko in konvencionalno pridelanim medom  | 73 |
| Slika 76. Indeks skupaj – razlika v cenah ekološko in konvencionalno pridelanega medu   | 73 |
| Slika 77. Razlika v ceni med ekološko pridelanim medom (v prodaji leta 2021) in primerljivimi artikli glede na povprečno drobnoprodajno ceno izdelkov po metodologiji SURS v istem letu                     | 74 |
| Slika 78. Razlika v ceni med ekološko in konvencionalno pridelanimi pijačami  | 74 |
| Slika 79. Indeks skupaj – razlika v cenah ekološko in konvencionalno pridelane pijače   | 74 |
| Slika 80. Razlika v ceni med ekološko pridelanimi pijačami (v prodaji leta 2021) in primerljivimi artikli glede na povprečno drobnoprodajno ceno izdelkov po metodologiji SURS v istem letu                 | 75 |
| Slika 81. Razlika v ceni med ekološko in konvencionalno pridelanim mesom in mesnimi izdelki   | 75 |
| Slika 82. Indeks skupaj – razlika v cenah ekološko in konvencionalno pridelanega mesa in mesnih izdelkov  | 76 |
| Slika 83. Razlika v ceni med ekološko pridelanim mesom in mesnimi izdelki (v prodaji leta 2021) in primerljivimi artikli glede na povprečno drobnoprodajno ceno izdelkov po metodologiji SURS v istem letu  | 76 |

|  |    |
|--|----|
| Slika 84. Razlika v ceni med ekološko in konvencionalno gojenimi ribami in školjkami   | 77 |
| Slika 85. Indeks skupaj – razlika v cenah ekološko in konvencionalno gojenih rib in školjk   | 77 |
| Slika 86. Indeks razlika v ceni – povprečna cena konvencionalno in ekološko pridelanih živil znotraj distribucijskega kanala – sadje                       | 78 |
| Slika 87. Indeks razlika v ceni – povprečna cena konvencionalno in ekološko pridelanih živil znotraj distribucijskega kanala – zelenjava                   | 79 |
| Slika 88. Indeks razlika v ceni – povprečna cena konvencionalno in ekološko pridelanih živil znotraj distribucijskega kanala – mlevski in pekovski izdelki | 80 |
| Slika 89. Indeks razlika v ceni – povprečna cena konvencionalno in ekološko pridelanih živil znotraj distribucijskega kanala – mlečni izdelki              | 80 |
| Slika 90. Indeks razlika v ceni – povprečna cena konvencionalno in ekološko pridelanih živil znotraj distribucijskega kanala – olja in kisi                | 78 |
| Slika 91. Indeks razlika v ceni – povprečna cena konvencionalno in ekološko pridelanih živil znotraj distribucijskega kanala – jajca                       | 81 |
| Slika 92. Indeks razlika v ceni – povprečna cena konvencionalno in ekološko pridelanih živil znotraj distribucijskega kanala – med                         | 82 |
| Slika 93. Indeks razlika v ceni – povprečna cena konvencionalno in ekološko pridelanih živil znotraj distribucijskega kanala – pijače                      | 83 |
| Slika 94. Indeks razlika v ceni – povprečna cena konvencionalno in ekološko pridelanih živil znotraj distribucijskega kanala – meso in mesni izdelki       | 83 |
| Slika 95. Indeks razlika v ceni – povprečna cena konvencionalno in ekološko pridelanih živil znotraj distribucijskega kanala – ribe in školjke             | 84 |
| Slika 96. Indeks – razlike v ceni med ekološko in konvencionalno pridelanimi kategorijami živil  | 84 |

## KAZALO TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabela 1. Vzorec anket med javnimi zavodi in drugimi zavezanci za javno naročanje živil                        | 10 |
| Tabela 2. Predstavitev vzorca anketiranih ekoloških kmetij   | 21 |
| Tabela 3. Vrednost in količina uvoza ekoloških živil v Slovenijo, v letih 2016-2020                            | 56 |
| Tabela 4. Vrednost in količina uvoza ekoloških živil v Slovenijo iz treh največjih uvoznikov v letih 2016–2020 | 57 |
| Tabela 5. Lokacije izvoza po posameznih ekoloških živilih  | 58 |
| Tabela 6. Vrednost izvoza ekoloških živil in letne rasti za obdobje 2017–2021                                  | 59 |

## SEZNAM UPORABLJENIH KRATIC

|          |   |
|----------|---|
| ANEK     | Akcijski načrt za razvoj ekološkega kmetijstva    |
| EKO, BIO | Ekološko  |
| EU       | Evropska unija                                    |
| EUR      | Evro  |
| FURS     | Finančna uprava Republike Slovenije               |
| HORECA   | Hotelirstvo, restavracije, catering               |
| KG       | Kilogram  |
| KMG      | Kmetijsko gospodarstvo                            |
| MIO      | Milijon   |
| MKGP     | Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano |
| SURS     | Statistični urad Republike Slovenije              |

# UVOD

Na ravni EU je bil leta 2019 sprejet Evropski zeleni dogovor, katerega ključna cilja sta prehod na zeleno gospodarstvo in da bo EU do leta 2050 postala prva podnebno nevtralna celina. Del zelenega dogovora je tudi Strategija od vil do vilic za preobrazbo prehranskega sistema, katere ključni cilj je prehod k trajnostnemu sistemu pridelave in predelave hrane. Zato ima pri doseganju ciljev zelenega dogovora, pomembno vlogo tudi ekološko kmetijstvo.

V skladu z opredelitvijo nove Uredbe (EU) 2018/848 Evropskega parlamenta in Sveta »je ekološka pridelava celoten sistem upravljanja kmetij in pridelave hrane, ki združuje najboljše okoljske in podnebne prakse, visoko biotsko raznovrstnost, zaščito naravnih virov, uporabo visokih standardov na področju dobrega počutja živali in proizvodnih standardov v skladu z vedno večjim povpraševanjem potrošnikov po izdelkih, pridobljenih z naravnimi snovmi in postopki« (Uredba EU 2018/848, str. 150/1).

EU si je postavila tudi zelo ambiciozen cilj, in sicer do leta 2030 povečati delež ekoloških kmetijskih zemljišč na 25 %<sup>1</sup>. V ta namen je bil v letu 2021 na ravni EU sprejet Akcijski načrt za ekološko kmetijstvo. Eno od (treh) ključnih področij načrta je tudi spodbujanje povpraševanja in zagotavljanja zaupanja potrošnikov v ekološka živila, saj je to ključno za večje preusmerjanje konvencionalnih kmetov v ekološko kmetijstvo in razvoj ekološkega kmetijstva (Evropska komisija, 2021).

V EU smo priča rasti in razvoju ekološkega kmetijstva ter trga ekoloških živil. Tako je leta 2020 vrednost trga z ekološkimi živili v EU doživela rekordno letno rast, in sicer dobrih 15 %, in je tako skupaj znašala slabih 45 milijard EUR. To je za 150 % več kot v letu 2009. Najvišja rast je bila v Nemčiji (22 %), Avstriji (18 %) in Irskem (16 %). Največji trg v EU, kar okoli tretjine celotnega, pomeni Nemčija, blizu je Francija z okoli 12 milijardami EUR. Največji tržni delež ekoloških živil pa je zabeležen na Danskem (13 %), v Avstriji (11 %), Luksemburgu in Švedskem (okoli 9 %). Najnižji pa na Portugalskem, v Grčiji, Poljski in Bolgariji (manj kot 1 %). V povprečju (v EU) letno za ekološka živila porabimo 102 EUR. Seveda pa so zabeležene velike razlike med državami (FIBL, 2022).

Slovenija je ena redkih držav v EU, za katero ni na voljo (relevantnih) podatkov o trgu ekoloških živil. Zadnja celostna analiza trga ekoloških živil sega v leto 2009, ko so jo opravili v okviru projekta Analiza stanja in potencialov za rast ponudbe ekoloških proizvodov v luči doseganja ciljev Akcijskega načrta za razvoj ekološkega kmetijstva v Sloveniji do leta 2015 (Slabe in sod., 2010).

Ker pa so tovrstni podatki pomembni pri načrtovanju in spremljanju razvoja ekološkega kmetijstva, se je MKGP leta 2021 odločilo za pripravo Analize trga z ekološkimi živili v Republiki Sloveniji. Obenem pa je v pred kratkim potrjenem Akcijskem načrtu za razvoj ekološkega

---

<sup>1</sup> Trenutno ta delež znaša okoli 9 % (FIBL, 2022).

kmetijstva do leta 2027 (ANEK) med predvidenimi ukrepi tudi izvajanje analize trga (na vsake 3 do 5 let) (ANEK, 2022).

MKGP je v ta namen objavilo javno naročilo, na katerem je bil kot najboljši ponudnik izbran Inštitut za razvojne in strateške analize (IRSA), v sodelovanju s podizvajalci Aragon, raziskovanje in načrtovanje, d. o. o., in Fakulteta za kmetijstvo in biosistemske vede Univerze v Mariboru (UM FKBV).

# VSEBINA JAVNEGA NAROČILA

Cilj in namen javnega naročila je vsebinska priprava analize trga z ekološkimi živili v Republiki Sloveniji. Rezultati bodo pripomogli k doseganju ciljev skupne kmetijske politike, zlasti z raziskovanjem dolgoročnih možnosti za rešitve izzivov ponudbe in povpraševanja. MKGP namerava ugotovitve uporabiti pri pripravi strateškega načrta skupne kmetijske politike po letu 2021 in pri načrtovanju razvoja ekološkega kmetovanja v Sloveniji v prihodnje.

## **SKLOP 1:**

### **ANALIZA OBSEGA IN DINAMIKE PONUDBE IN POVPRASEVANJA EKOLOŠKIH ŽIVIL**

- ocena prometa z ekološkimi živili za: javne zavode, trgovske verige, sektor HORECA, kmetije
- glavni tržni akterji
- določitev glavnih prodajnih poti z ekološkimi živili
- ocena tržnega deleža slovenskih in tujih ekoloških živil

## **SKLOP 2:**

### **ANALIZA POTROŠNIKIH NAVAD IN ODNOSA DO EKOLOŠKIH ŽIVIL**

- prepoznavnost ekoloških živil pri potrošnikih
- pogostost nakupa
- potrošnja/poraba ekoloških živil

## **SKLOP 3:**

### **ANALIZA UVOZA IN IZVOZA Z EKOLOŠKIMI ŽIVILI (za zadnjih 5 let)**

- glavne lokacije, od kod in kam se ekološka živila uvažajo in izvažajo
- vrste ekoloških živil, ki se uvažajo in izvažajo
- vrednost uvoza in izvoza v EUR

## **SKLOP 4:**

### **ANALIZA CEN IN CENOVNIH TRENDOV**

- cenovna premija ekoloških živil

## **SKLOP 5:**

### **ANALIZA POTENCIALA ZA RAST PONUDBE S SLOVENSKIMI EKOLOŠKIMI ŽIVILI**



**SKLOP 1:**

**ANALIZA OBSEGA IN DINAMIKE  
PONUDBE IN POVPRAŠEVANJA  
EKOLOŠKIH ŽIVIL**

# 1 OCENA PROMETA Z EKOLOŠKIMI ŽIVILI

## 1.1 JAVNI ZAVODI

### 1.1.1 METODOLOGIJA

Za potrebe analize smo z javnimi zavodi oziroma zavezanci za javno naročanje izvedli anketo, ki jim je bila poslana po e-pošti. Dodatno je bila anketa vrtcem in osnovnim šolam poslana preko internega spletnega orodja Ministrstva za izobraževanje, znanost in šport. Z nekaterimi javnimi zavodi smo anketo izvedli ustno.

V spodnji tabeli je predstavljena struktura vzorca anketiranih javnih zavodov. Ankete smo izvedli tudi z dvema večjima zavezancema za javno naročanje živil, ki jih ne moremo uvrstiti v kategorijo javnih zavodov (v tabeli so navedeni pod drugo). Skupaj smo anketo izvedli s 507 subjekti. Pri tem je treba dodati, da nekateri anketirani javni zavodi nabavljajo oziroma pripravljajo hrano za več javnih zavodov.

Tabela 1. Vzorec anket med javnimi zavodi in drugimi zavezanci za javno naročanje živil

|  | Vzorec     | Delež v vzorcu | Delež v populaciji | Populacija |
|--|------------|----------------|--------------------|------------|
| <b>Javni zavodi</b>                              |            |                |                    |            |
| vrtec (matični)                                  | 89         | 18 %           | 82 %               | 108        |
| vrtec in osnovna šola                            | 95         | 19 %           | 57 %               | 498        |
| osnovna šola <sup>2</sup>                        | 178        | 35 %           |                    |            |
| ZZVI otrok in mladostnikov s posebnimi potrebami | 12         | 2 %            |                    |            |
| srednja šola                                     | 35         | 7 %            | 27 %               | 207        |
| dijaški dom                                      | 9          | 2 %            |                    |            |
| srednja šola in dijaški dom                      | 11         | 2 %            |                    |            |
| bolnišnica                                       | 24         | 5 %            | 92 %               | 26         |
| dom za starejše                                  | 50         | 10 %           | 38 %               | 133        |
| drugo  | 2          | 0 %            |                    |            |
| <b>Skupaj javni zavodi</b>                       | <b>505</b> | <b>100 %</b>   |                    |            |
| <b>Drugi zavezanci za javno naročanje</b>        | 2          |                |                    |            |

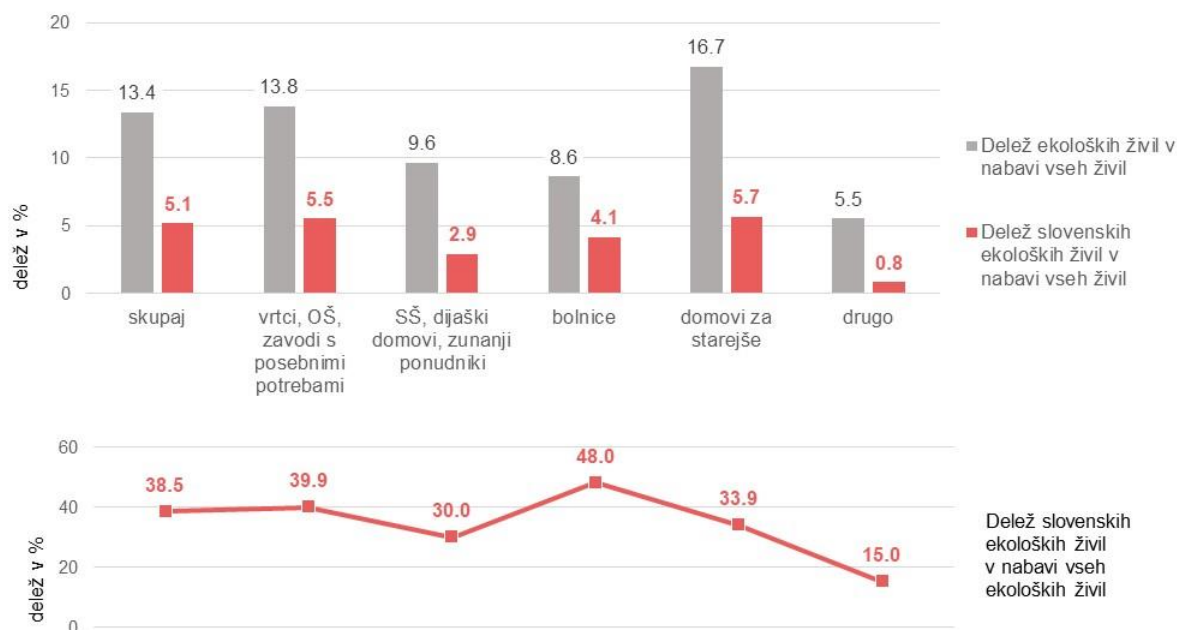
<sup>2</sup> Skupaj z osnovnimi šolami s posebnimi potrebami.

## 1.1.2 REZULTATI

### Obseg in dinamika nabave ekoloških živil

V anketiranih javnih zavodih so leta 2019 ekološka živila v povprečju pomenila 13 % delež v strukturi nabave vseh živil. Znotraj ekoloških živil so v povprečju okoli 40 % predstavljala slovenska ekološka živila. Delež slovenskih ekoloških živil, v nabavi vseh živil, tako znaša okoli 5 %.

Slika 1. Kolikšen delež v strukturi nabave vseh živil predstavljajo ekološka živila? Kolikšen delež od vseh nabavljenih ekoloških živil pa predstavljajo ekološka živila, ki so pridelana/proizvedena v Sloveniji?



Pri tem je najvišji delež nabave ekoloških živil ugotovljen v domovih za starejše (17 %), najmanjši pa v bolnišnicah in dijaških domovih oziroma srednjih šolah (okoli 10 %). Pri drugih anketiranih zavezanecih za javno naročanje je ta delež še veliko nižji, in sicer okoli 5 %. Iz teh rezultatov je mogoče sklepati, da večina javnih zavodov oziroma zavezancev za javno naročanje ne dosega obveznega 15 % deleža ekoloških živil, ki ga predvideva Uredba o zelenem javnem naročanju. Četrtnina pa je takih, ki imajo delež ekoloških živil nad 15 %.

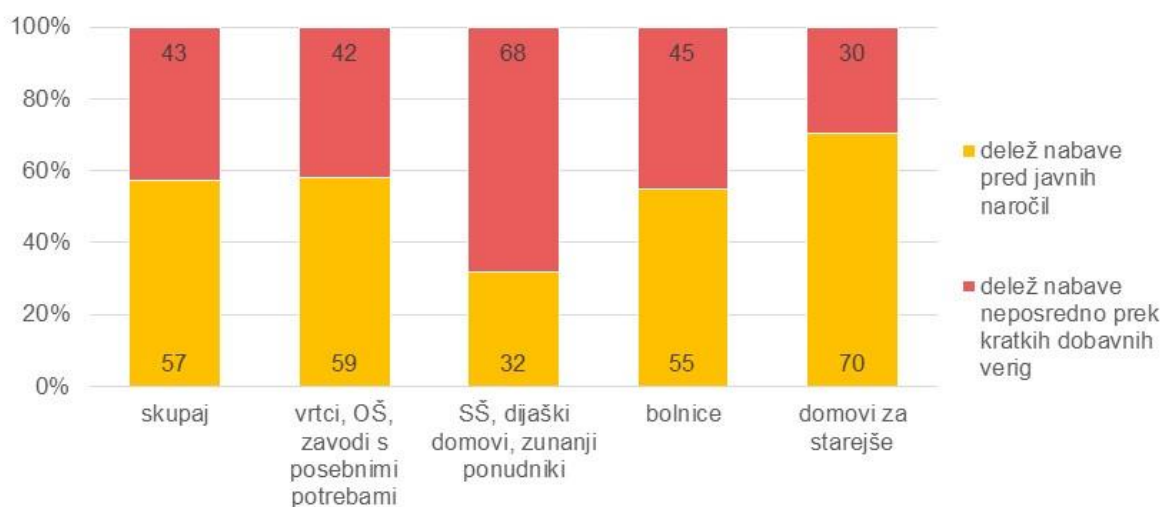
Pri tem je treba opozoriti, da navedeni deleži ne odražajo v celoti dejanskega stanja, saj se v praksi (lahko) dogaja, da javni zavodi sklenejo pogodbe z izbranimi dobavitelji ekoloških živil, potem pa do realizacije teh pogodb oziroma količin ne pride.

Če te rezultate primerjamo z anketo, ki je bila pred leti opravljena med šolami in vrtci (MKGP, 2015), lahko ugotovimo, da je skupni delež ekoloških živil ostal na enaki ravni, narasel pa je delež slovenskih ekoloških živil. To, da delež ekoloških živil v zadnjih letih ne narašča, z vidika razvoja ekološkega kmetijstva in trga ekoloških živil ni pozitiven signal.

Od ekoloških živil javni zavodi v največjem obsegu nabavljajo sadje, zelenjavo ter mleko in mlečne izdelke. To velja tudi pri nabavi slovenskih ekoloških živil.

Javni zavodi 57 % ekoloških živil nabavijo preko javnih naročil, 43 % pa preko kratkih dobavnih verig. Višji delež nabave preko javnih naročil je v domovih za starejše. V srednjih šolah, dijaških domovih in pri zunanjih ponudnikih za srednje šole pa je zaslediti več nabave prek kratkih dobavnih verig.

**Slika 2. Kolikšen je delež nabave ekoloških živil preko javnih naročil, kolikšen pa preko kratkih dobavnih verig?**



Tiste šole, ki so vključene v šolsko shemo, v povprečju 20 % vseh ekoloških živil nabavijo preko sheme.

Večina anketirancev namerava v prihodnjih letih povečati obseg nabave ekoloških živil. V povprečju so ocenili (to velja tudi za druge subjekte), da bo v letu 2025 delež ekoloških živil znašal od 15 do 20 %, kar je smela ocena glede na trenutno stanje.

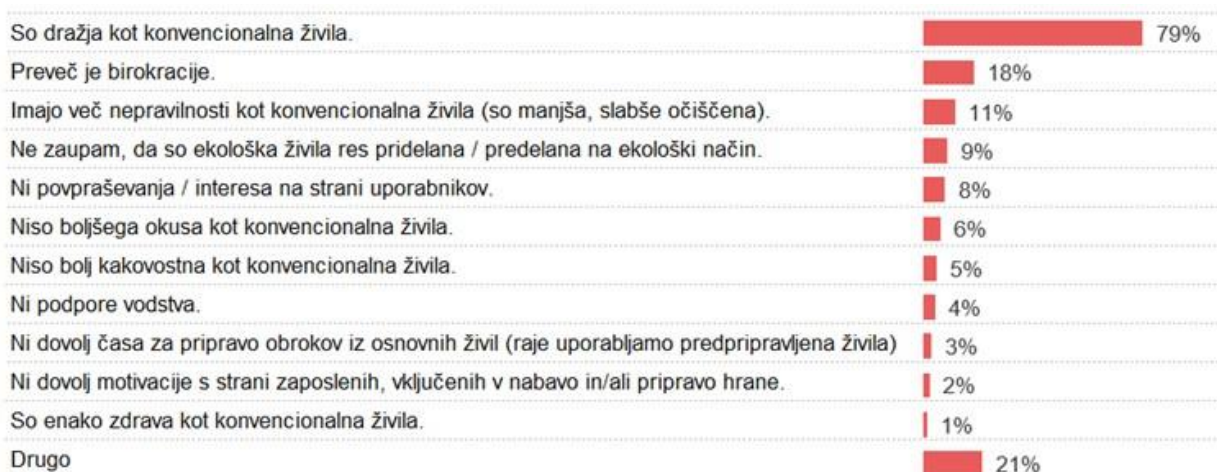
**Izračun vrednosti prodaje ekoloških živil** temelji na prejetih podatkih o vrednostih nabave ekoloških živil ter na številu uporabnikov za vsak tip javnega zavoda. Povprečne vrednosti na uporabnika smo nato ekstrapolirali na skupno število uporabnikov posameznega tipa javnega zavoda.

Po naših ocenah znaša skupna nabavna vrednost ekoloških živil v javnih zavodih in drugih zavezanecih za javno naročanje (za leto 2019) okoli **18 mio EUR**. **Skupna nabavna vrednost slovenskih ekoloških živil** (za leto 2019) pa je znašala okoli **6.7 mio EUR**.

### Ovire pri nabavi ekoloških živil

Kot daleč najpomembnejšo oviro, da javni zavodi ne nabavljajo ekoloških živil v večjem obsegu, so anketiranci omenjali ceno oziroma to, da so (preveč) dražja od konvencionalnih živil. V spodnjem grafu so podrobneje predstavljene glavne ugotovljene ovire. V kategoriji drugih ovir so bili naslednji odgovori: sami morajo iskati ponudnike na trgu, premalo ponudnikov, premalo ponudbe, nezadostne količine na trgu, ni dovolj osebja za pripravo, zahtevno naročanje in planiranje količin vnaprej, otroci to hrano zavračajo.

Slika 3. Katere so glavne ovire, da ne nabavljate ekoloških živil v večjem obsegu, kot jih trenutno?



Kot glavne ovire za večji obseg nabave slovenskih ekoloških živil pa so anketiranci opredelili zlasti to, da niso na voljo v zadostnih količinah, višjo ceno slovenskih ekoloških živil v primerjavi s tujimi, da ni kontinuitete v dobavi (na voljo so le v omejenem časovnem obdobju), niso dovolj zlahka dostopna ter da ni dovolj pestrosti.

Slika 4. Katere so glavne ovire, da ne nabavljate SLOVENSkih ekoloških živil v večjem obsegu kot trenutno?



### ***Predlogi za izboljšanje pri uvajanju slovenskih ekoloških živil v javne zavode***

Anketirance smo povprašali tudi po njihovih predlogih za izboljšanje stanja na področju uvajanja slovenskih ekoloških živil v javne zavode, in njihove odgovore lahko strnemo v naslednje ključne iztočnice:

- **Ukrepi za povečanje ponudbe:**

- razvoj ekološkega kmetijstva in posledično povečanje ponudbe ekoloških živil;
- povezovanje kmetov za skupni nastop na trgu in s tem olajšano zagotavljanje večjih količin, pestrosti in kontinuitete dobave ekoloških živil.

- **Podporno okolje za povezovanje ponudnikov in javnih zavodov (ponudbe in povpraševanja)**, ki bi zagotavljalo ažurne informacije tako javnim zavodom o ponudbi ekoloških živil (saj v javnih zavodih nimajo dovolj resursov, da bi sami spremljali možnosti med ponudniki), kot tudi kmetijam o potrebah javnih zavodov; znotraj tega so predlagane:

- izboljšave »Kataloga živil za javno naročanje« (GZS);
- sprememba trenutnega sistema javnega naročanja (dodatne točke za slovensko poreklo).

- **Ukrepi za spodbujanje povpraševanja:**

- subvencioniranje nabave ekoloških živil s strani države ali občin oziroma zvišanje trenutno postavljenih cen obrokov<sup>3</sup>, saj te ne omogočajo nakupa večjega deleža ekoloških živil;
- sistematično izobraževanje za vodje prehrane in kuharje v javnih zavodih, pri tem pa ne poskrbeti le za ozaveščenost, ampak tudi za spodbudo pri naročanju; spreminjanje utečenih postopkov in jedilnikov namreč zahteva dovolj resursov; če je javni zavod že tako na tesnem z resursi (kadrovske, časovne, finančne), to vpliva na odnos do sprememb (pomanjkanje motivacije ali celo odklonilen odnos do njih); tako bi bila smiselna večja vključenost uprave, ki poda smernice glede naročanja ekoloških živil, hkrati pa omogoči, da je te smernice mogoče upoštevati tudi v praksi.

---

<sup>3</sup> Cena malice v šolskem letu 2021/2022 znaša: za učenca 0,90 EUR dnevno, za dijaka 2,73 EUR dnevno.

## 1.2 TRGOVSKE VERIGE

### 1.2.1 METODOLOGIJA

Za analizo značilnosti trženja ekoloških živil v trgovskih verigah smo opravili strukturirane intervjuje s predstavniki trgovskih verig. Vzorec so bile trgovske verige, ki prodajajo ekološka živila, in sicer so to naslednje trgovske verige (po abecednem vrstnem redu): DM, ELeclerc, Eurospin, Fama, Hofer, Jager, Kalček, Lidl, Mercator, Mueller, Spar, Tuš. K sodelovanju je v pristopilo 8 trgovskih verig.

Nekatera vprašanja se navezujejo na poslovanje trgovskih verig (vprašanja o obsegu nabave oziroma prometu z ekološkimi živili), zaradi česar je treba odgovore obravnavati skladno z varovanjem poslovnih skrivnosti. Pri predstavitvi rezultatov zato ne navajamo odgovorov oziroma podatkov o posameznih trgovcih, ampak so podani na ravni vseh anektiranih kot celote.

### 1.2.2 REZULTATI

Vprašalnik je bil sestavljen iz naslednjih sklopov:

- obseg, dinamika in kanali nabave ter prodaje ekoloških živil,
- mnenje o ponudbi slovenskih ekoloških živil in
- predlogi za izboljšanje stanja na področju prodaje slovenskih ekoloških živil.

#### ***Obseg, dinamika in kanali nabave ter prodaje ekoloških živil***

##### *Obseg nabave in prodaje*

V zadnjih letih se je ponudba ekoloških živil v trgovskih verigah močno povečala, zato lahko najdemo ekološka živila v tako rekoč vseh kategorijah živil. Prav tako se je povečal obseg slovenskih ekoloških živil.

Glede na analizo in naše ocene, se delež ekoloških živil v živilskih trgovskih verigah (vključno z diskontnimi trgovci) giblje od 0,5 % do 4 %, v eni trgovski verigi je ta delež opazno višji, in sicer 8 %. V nekaterih specializiranih trgovskih verigah lahko delež ekoloških živil znaša tudi 90 %. Tu gre za ekološke živilske trgovske verige ter za trgovske verige, ki niso primarno živilske, v ponudbi živil pa velik poudarek namenjajo prav ekološkim živilom.

Pri deležu slovenskih ekoloških živil (znotraj vseh ekoloških živil) pa je slika obratna. V večjih živilskih trgovskih verigah se ta delež v povprečju giblje okoli 15 %. Manjše živilske trgovske verige imajo med ekološkimi živili večji delež slovenskih, 50 % in tudi več. Pri drugih tipih trgovin (npr. specializirane ekološke trgovine) pa je delež slovenskih ekoloških živil nižji in se giblje okoli 10 % ali manj.

**Izračun vrednosti prodaje ekoloških živil** temelji na podatkih oziroma ocenah, prejetih od trgovcev, na deležu ekoloških živil (med vsemi živili) ali/in vrednosti prodaje ekoloških živil ter lastnih ocenah za tiste trgovce, ki nam teh podatkov niso posredovali. Pri izračunu smo si pomagali tudi s statističnimi podatki o prihodkih od prodaje hrane in pijače (SURs, 2019) ter tržnih deležih posameznih trgovcev (Bratanič, 2018).

Po naših ocenah znaša skupni prihodek od prodaje ekoloških živil v trgovskih verigah (za leto 2019) okoli **110 mio EUR**, od tega je za okoli 15 % slovenskih ekoloških živil oziroma okoli 14 mio EUR. Tržni delež ekoloških živil pa znaša okoli **3 do 4 %**.

### *Dinamika nabave*

Anketirani so enotnega mnenja, da je bil v preteklem obdobju opažen močan trend rasti ponudbe in povpraševanja po ekoloških živilih. Ocenjena rast je tako dosegala okrog 15 % letno, pri čemer nekateri trgovci opažajo tudi višjo stopnjo rasti (odvisno tudi od sprememb v svoji ponudbi – povečani ponudbi namreč sledi povečana prodaja). K temu naj bi predvsem pripomogla naraščajoča ozaveščenost kupcev, kar tudi trgovce spodbuja k razširjenemu obsegu ponudbe ekoloških živil, saj ta pomenijo priložnost za rast.

Eden od trgovcev dogajanje ponazori: *»Gre za močen trend rasti, ker je vedno več proizvajalcev, dobaviteljev in kupcev, ki to kupujejo. Od leta 2016 se je več kot potrojilo število artiklov v asortimanu. Posledično so cene do leta 2020 za ta živila začela padati.«*

Velike trgovske verige torej opažajo povečano zanimanje med potrošniki, obenem pa manjši (specializirani) trgovci opozarjajo, da jim trgovske verige odžirajo stranke. Ekološka živila namreč niso več niša, ampak postajajo temeljno pričakovanje potrošnikov, ki mu mora zadostiti vsak trgovec, ki želi ostati relevanten za sodobnega potrošnika.

Pričakovanja glede nadaljnje rasti ekoloških živil v naslednjih nekaj letih pa so med trgovci različna. Na eni strani jih nekaj pričakuje nadaljnjo rast, na drugi strani pa opozarjajo na možnost zmanjšanja kupne moči in posledično stagnacije prodaje ekoloških živil.

Če navedemo nekaj napovedi trgovcev:

*»Pričakujemo rast v širini asortimana in tudi rast v številu dobaviteljev. V preteklih letih smo opažali, da slovenska proizvodnja ekoloških živil stagnira. Pričakujemo, da bo v prihodnje začela rasti.«*

*»Še naprej pričakujemo rast prometa in pa vstop novih ponudnikov, še naprej je predvidena rast 15–20 % na leto ...«*

*»Sigurno bo eko še vedno pomembna kategorija, ne pa najbolj, odvisno, koliko bo zadeva podprta. Bo pa več poudarka na svežih kategorijah, kot so sadje, zelenjava, jogurti, jajca, meso, povpraševanje bo večje, trend se ne bo ustavil.«*

*»Še nadaljnja rast in večja ozaveščenost kupcev, za kvaliteto so pripravljene plačati. Študije kažejo, da bodo raje kupili manj, pa tisto kvalitetno. Krepi se tudi lokalna eko ponudba ... če bi se povečala ponudba slovenskih ekoloških živil, bi to še povečalo prodajo ... Kupec odloči, kaj*



*bo izbral na polici, in ve, koliko je pripravljen plačati več za eko živilo, glede na ostalo ponudbo, to je nekje 15–30 %, seveda pa je odvisno od izdelka, npr. pri mesu manj kot pri sojinem mleku. Če bi bilo povpraševanje samo po eko živilih, bi samo to delali, se pa ta del absolutno večja in ga krepimo. To ni več želja, to je pogoj, če tega nimaš, te tukaj ni.»*

*»Naraščanje povpraševanja bo, če bodo ekonomske razmere oziroma kupna moč dopuščale. Eko živila so cenovno občutljiva in v primeru nižje kupne moči se bodo kupci (prej) odpovedali eko živilom. Zdravo življenje je stvar kupne moči.«*

*»Prišla bo ekonomska kriza (zaradi covida, zaradi vojne). Živila bodo poskočila. Eko živila bodo še bolj poskočila. Mislim, da bo padec, ker si ljudje ne bodo mogli privoščiti.«*

*»Velike rasti ne vidim. Bolj stagnacija. Je ozaveščenost, ni pa denarja.«*

Trgovci opažajo, da tudi povpraševanje po slovenskih ekoloških izdelkih raste, čeprav ga je še malo. Veliko je povpraševanja po slovenskih živilih, pri čemer potrošniki veliko vrednost pripisujejo že izvoru, četudi gre za konvencionalni način pridelave; to usmerja tudi proizvajalce in dobavitelje v širitev tovrstne ponudbe (slovensko, ne nujno ekološko). Pogrešajo več promocije slovenskih ekoloških živil, ki bi jo omogočali država in dobavitelji, kar bi povečalo ozaveščenost potrošnikov.

Vsem trgovcem je v interesu povečati delež slovenskih ekoloških živil, ker je zaradi kratke dobavne verige tudi kakovost boljša od uvoženih ekoloških živil. To bi bilo po njihovem mnenju smiselno tudi zaradi prilagajanja trgu, kjer opažajo veliko povpraševanja po slovenskih izdelkih in tudi po ekoloških. Če je ekološki izdelek hkrati še slovenski, to pomeni zaželeno dodano vrednost.

#### ***Nabavni kanali***

Večina trgovcev je s slovenskimi dobavitelji vzpostavila stik na oba načina: proaktivno in reaktivno. Iščejo jih trgovci sami, prav tako pa tudi dobavitelji stopijo v neposreden stik z njimi.

Z večino dobaviteljev sodelujejo dolgoročno, občasno pa organizirajo in/out akcije, ko gre za testno prodajo, s katero želijo preveriti oziroma izmeriti interes kupcev.

Trgovci z dobavitelji delujejo predvsem s pogodbami: nekateri z letnimi pogodbami, redkeje z večletnimi, ker dobavitelji ne morejo zagotoviti večletne dobave pridelka zaradi npr. vremenskih razmer in posledično izpada pri pridelavi. Pri manjših količinah dobavljenih živil/izdelkov za lokalno prodajo (npr. da je prisoten v le nekaterih trgovinah) ne pišejo pogodb in gredo na zaupanje na podlagi dogovora z dobaviteljem.

#### ***Mnenje o ponudbi slovenskih ekoloških živil***

Trgovci se strinjajo, da so slovenska ekološka živila kakovostna, vendar so cenovno dražja v primerjavi z uvoženimi ekološkimi živilami, kar je problematično tako z njihovega vidika kot tudi vidika potrošnikov. To pripisujejo nižjim proizvodnim stroškom tujih pridelovalcev.

Slovenski ekološki pridelovalci ne omogočajo zadostnih količin živil predvsem večjim trgovcem, ki jih ti pričakujejo in potrebujejo. Ponudba je sezonsko vezana, ni oskrbe čez vse

leto, kar dodatno pripomore k večjemu uvozu ekoloških živil iz tujine. Izredno malo je ponudbe slovenskega ekološkega sadja in zelenjave. Dostopnost slovenskih ekoloških živil ocenjujejo kot slabo.

Trgovci vidijo razlog za takšno stanje predvsem v premajhni povezanosti med ekološkimi kmeti, ki bi tako lahko zagotavljala večje količine ekoloških živil.

### ***Predlogi za izboljšanje stanja na področju prodaje slovenskih ekoloških živil***

Podani predlogi za izboljšanje stanja na področju prodaje slovenskih ekoloških živil se navezujejo zlasti na:

- Ozaveščanje potrošnikov o prednostih o prednostih ekološkega kmetijstva in živil.
- Povezovanje ponudnikov.
- Večjo prilagodljivostjo ponudnikov glede embalaže in količine.
- Večjo pripravljenostjo ponudnikov na sodelovanje s trgovci.
- Večjo podporo države ekološkemu kmetijstvu, da bi lahko povečali obseg pridelave.
- Večjo cenovno konkurenčnostjo (v primerjavi s tujimi ekološkimi živili).

Nekateri so poudarili, da bi bilo treba popraviti zakonske omejitve, ki preveč omejujejo trgovce. Predlagana je bila tudi ustanovitev delovne skupine, ki bi povezovala vse deležnike – tudi trgovce (z obstoječo skupino v okviru MKGP nekateri trgovci, kot kaže, niso seznanjeni).

Za zaključek tega poglavja podajamo še nekaj zanimivih misli naših sogovornikov:

*»Potrebna je dolgoročna kampanja EKOLOŠKO + LOKALNO = IDEALNO, ljudje morajo to ozavestiti, na državni ravni je treba še bolj podpreti ekološko, ozaveščati kupce, popraviti omejitve v kmetijskem zakonu, saj so za trgovce nekateri člani omejujoči ...«*

*»Predvsem povezovanje (trenutno preveč razdrobljena ponudba), cenovna konkurenčnost (na tem se je že precej naredilo, pa je še vedno nekaj rezerve, izdelki tujih blagovnih znamk so namreč pogosto bistveno cenejši).«*

*»Uporaba biorazgradljive embalaže, kampanje z izpostavljanjem pomembnosti ekoloških živil in njihove pridelave.«*

*»Naj še več vložijo v ozaveščenost potrošnika, kakšen je pomen ekoloških živil. Večino vlagajo v Izbrano kakovost Slovenija. Tudi za ekološka živila je priložnost, da ozavestimo potrošnika.«*

## 1.3 HORECA

### 1.3.1 METODOLOGIJA

K analizi v sektorju HORECA smo najprej pristopili s serijo preliminarnih pol-strukturiranih intervjujev s predstavniki tega sektorja (hoteli, restavracije, kavarne, bari).

Že v tej fazi je bilo razvidno, da je v **restavracijah**, **kavarnah** in **barih** delež ekoloških živil zanemarljivo majhen. Pojavlja se bolj izjemoma kot praviloma, in sicer zgolj pri posamičnih izdelkih. Pri tem so bila najpogosteje omenjena vina – restavracije imajo v ponudbi običajno tudi kak primer ali nekaj ekoloških vin. V skupni vrednosti nabavljenih živil pa to pomeni zanemarljiv delež, bližje 0 % kot 1 %. Predstavniki tega segmenta HORECA so kot razlog navajali, da je pri obiskovalcih glavni dejavnik odločanja namreč cena. Povpraševanja po ekoloških živilih ne zaznavajo. Če se pojavljajo vprašanja glede živil, so ta usmerjena bolj na izvor živil (slovenski oziroma lokalni izvor), kar pritegne predvsem nekatere tuje obiskovalce.

V fazi preliminarnih intervjujev smo podobno zaznali pri **hotelih**. Glavni dejavnik nakupnega odločanja so predvsem drugi vidiki hotelskih storitev, s ceno kot vodilnim dejavnikom. Pri hrani, ki je vključena v ceno hotelskih storitev, igrajo pomembno vlogo drugi vidiki prehrane (količina, raznovrstnost, okusnost), način pridelave/vzreje (ekološki ali konvencionalni) pa ni v ospredju. Hoteli pri ponudbi živil za zajtrk pogosto zagotavljajo tudi različna živila, ki veljajo za bolj zdrava oziroma so del sodobnih prehranjevalnih smernic glede vrste živil. Pri nabavi teh živil se pogosteje stremi k temu, da se v ponudbo dodajo živila lokalnega izvora (na primer iz bližnjih mlekar), vidik ekološke pridelave pa se pojavlja bolj kot spremljevalna lastnost lokalnih živil kot pa kot primarni dejavnik pri nabavi. Tudi v tem segmentu HORECA sektorja je delež nabave ekoloških živil zanemarljiv, pod 1 %.

Preliminarna faza raziskave je nakazala, da bi ekološka živila lahko igrala pomembnejšo vlogo v nišnem delu HORECA sektorja, in sicer ekoloških hotelih, hotelih višjih kategorij in restavracijah z ekološkim certifikatom. Zato smo k nadaljnjemu poteku raziskave pristopili s poglobljenimi intervjuji s predstavniki le-teh. Izvedenih je bilo 11 poglobljenih intervjujev, razpršenih po različnih regijah z večjo turistično usmerjenostjo.

### 1.3.2 REZULTATI

#### ***Obseg nabave ekoloških živil***

V restavracijah, barih, kavarnah je, kot je bilo ugotovljeno v preliminarni raziskavi, delež ekoloških živil v skupni nabavi živil manjši kot 1 %. Podobno velja za hotele.

V poglobljenih intervjujih s predstavniki nišnega segmenta sektorja HORECA, ki posvečajo večjo pozornost kakovosti (hoteli s 5 zvezdicami in ekološki hoteli), smo ugotovili, da delež ekoloških živil v povprečju znaša do 2 %, pojavljajo pa se posamezni primeri z višjimi deleži. Znotraj tega delež slovenskih ekoloških živil pogosto pomeni polovico ekoloških živil. Ti hoteli navajajo, da njihovi gosti cenijo živila ekološkega izvora.

Tudi po ocenah distributerjev, usmerjenih v gastrodistribucijo, je interes za nabavo ekoloških živil še majhen: »*Glede na povpraševanje se tej industriji niti ne splača ponujati.*«

**Ocena prometa z ekološkimi živili** je za sektor HORECA specifična. Ta sektor je z vidika tržnih akterjev predvsem v vlogi nabave ekoloških živil. Večinoma pa gre za vključitev ekoloških živil v jedi, te pa niso prodane kot ekološke jedi, saj je pogosto le del sestavin ekoloških. Predstavniki tega segmenta pogosto tudi navajajo, da niti ne poznajo vseh pravil, ki bi jim morali zadostiti, da bi lahko trdili, da so njihove jedi ekološke. Izjema so bolj kot ne zgolj ekološka vina, ki so tudi najprej prodana kot ekološka živila. Nabava teh pa je zelo majhna.

Po naših ocenah je promet z ekološkimi živili v sektorju HORECA (za leto 2019) **zanemarljiv**.

### ***Dinamika nabave ekoloških živil***

Osnovni segment HORECA, kjer je nabava ekoloških živil komajda prisotna, ni bistveno spremenil vzorcev naročanja v primerjavi s preteklostjo. Glede prihodnosti ne načrtujejo povečane nabave ekoloških živil, dopuščajo pa to možnost, če se bo na strani uporabnikov pojavilo povpraševanje. Zaradi nepredvidljivih razmer na trgu (višanje cen živil, negotovost glede prihodnje dostopnosti živil, prejšnje in morebitno prihodnje zaprtje dejavnosti zaradi covida ipd.) pa je za zdaj glavni poudarek še vedno na ceni nabavljenih živil.

Nišni, v kakovost usmerjeni del HORECA pa navaja, da so v primerjavi s preteklostjo delež ekoloških živil povečali ter da povečanje načrtujejo tudi v prihodnje, in sicer naj bi se podvojil. Pri tem bi si želeli hkrati poudarek tudi na izvoru, torej upajo, da bo mogoče naročati ekološka živila, ki bodo hkrati tudi slovenska.

### ***Motivacijski dejavniki za naročanje ekoloških živil***

Glavni razlogi za nabavljanje ekoloških živil so dodana vrednost, dodatna ponudba, povpraševanje gostov s tovrstno miselnostjo in življenjskim slogom (ekološka ozaveščenost) ter v nekaterih primerih tudi sama miselnost lastnikov (trajnostno usmerjeno poslanstvo).

Glavne ovire, da ne nabavljajo več (slovenskih) ekoloških živil, pa so cena, ponudba (dobavljivost omejena na sezono), dostopnost (neprilagodljivost potencialnih ponudnikov, ki raje ostanejo pri že utečenih distribucijskih poteh, ni zanimanja za vzpostavljanje novih) in administracijske ovire in stroški (npr. pridobitev certifikata).

Slovenskih ekoloških živil ne nabavljajo predvsem zaradi cene, pomanjkljive dostopnosti in kontinuitete v dobavi.

### ***Predlogi za izboljšanje na področju uvajanja slovenskih ekoloških živil v hotelirstvo in gostinstvo***

Predlogi za izboljšanje odsevajo zgoraj navedene motivacijske dejavnike.

Za izboljšanje dostopnosti slovenskih ekoloških živil se jim ključno zdi podpreti proizvajalce. Ključno jih je spodbuditi k medsebojnemu povezovanju in skupnemu nastopu, saj bodo tako lažje zagotavljali širšo paleto ponudbe, večje količine in hkrati lažje investirali tudi v promocijo.

Za izboljšanje z vidika cenovne dostopnosti slovenskih ekoloških živil pa so bile predlagane subvencije za ponudnike storitev s tovrstno ponudbo.

## 1.4 KMETIJE

### 1.4.1 METODOLOGIJA

Za pripravo analize stanja in značilnosti trženja ekoloških kmetij smo izvedli spletno in telefonsko anketiranje z nosilci oziroma predstavniki tržnih ekoloških kmetij. Vzorec so bile tržne ekološke kmetije, ki so že pridobile ekološki certifikat oziroma tržijo živila s statusom ekološki. Pri pripravi vzorca smo si pomagali s podatki o statusu KMG in o obsegu pridelave in predelave po posameznih KMG za leto 2020 (MKGP, 2021). Na podlagi teh podatkov lahko ocenjujemo, da je takih KMG okoli 2900 oziroma okoli 80 % vseh vključenih v ekološko kontrolo.

Anketo smo izvedli s 405 KMG, kar pomeni okoli 14 % celotnega vzorca. V preglednici so predstavljane podrobnejše značilnosti vzorca.

Tabela 2. Predstavitev vzorca anketiranih ekoloških kmetij

|                           |                      | Tip kmetije  |         |               |                             |            |                        |       | Skupaj |
|---------------------------|----------------------|--------------|---------|---------------|-----------------------------|------------|------------------------|-------|--------|
|                           |                      | poljedelstvo | vrtnine | trajni nasadi | mešana rastiinska pridelava | živinoreja | ni prevladujočega tipa | drugo |        |
| <b>Celoten vzorec</b>     |                      | 13 %         | 11 %    | 21 %          | 4 %                         | 32 %       | 17 %                   | 2 %   | 100 %  |
| <b>Statistična regija</b> | Pomurska             | 29 %         | 11 %    | 10 %          | 24 %                        | 3 %        | 7 %                    | 0 %   | 10 %   |
|                           | Podravska            | 25 %         | 29 %    | 23 %          | 6 %                         | 18 %       | 6 %                    | 13 %  | 18 %   |
|                           | Koroška              | 2 %          | 4 %     | 0 %           | 0 %                         | 6 %        | 0 %                    | 0 %   | 3 %    |
|                           | Savinjska            | 10 %         | 7 %     | 8 %           | 12 %                        | 16 %       | 0 %                    | 50 %  | 10 %   |
|                           | Zasavska             | 0 %          | 2 %     | 1 %           | 0 %                         | 7 %        | 6 %                    | 0 %   | 4 %    |
|                           | Posavska             | 6 %          | 4 %     | 8 %           | 6 %                         | 1 %        | 13 %                   | 13 %  | 6 %    |
|                           | Jugovzhodna          | 2 %          | 0 %     | 6 %           | 6 %                         | 7 %        | 7 %                    | 13 %  | 5 %    |
|                           | Osrednjeslovenska    | 12 %         | 16 %    | 8 %           | 0 %                         | 12 %       | 32 %                   | 0 %   | 14 %   |
|                           | Gorenjska            | 2 %          | 9 %     | 0 %           | 24 %                        | 10 %       | 9 %                    | 0 %   | 7 %    |
|                           | Primorsko-notranjska | 4 %          | 4 %     | 0 %           | 0 %                         | 7 %        | 10 %                   | 0 %   | 5 %    |
|                           | Goriška              | 4 %          | 2 %     | 6 %           | 0 %                         | 9 %        | 3 %                    | 0 %   | 5 %    |
|                           | Obalno-kraška        | 4 %          | 9 %     | 30 %          | 24 %                        | 2 %        | 6 %                    | 13 %  | 11 %   |
|                           | več regij            | 2 %          | 2 %     | 0 %           | 0 %                         | 2 %        | 1 %                    | 0 %   | 1 %    |
| <b>Velikost kmetije</b>   | pod 5 ha             | 10 %         | 51 %    | 37 %          | 59 %                        | 5 %        | 7 %                    | 25 %  | 20 %   |
|                           | 5 ha do pod 10 ha    | 33 %         | 27 %    | 35 %          | 12 %                        | 18 %       | 25 %                   | 38 %  | 26 %   |
|                           | 10 ha do pod 20 ha   | 29 %         | 7 %     | 19 %          | 24 %                        | 37 %       | 35 %                   | 25 %  | 28 %   |
|                           | 20 ha ali več        | 29 %         | 16 %    | 10 %          | 6 %                         | 39 %       | 33 %                   | 13 %  | 26 %   |

## 1.4.2 REZULTATI

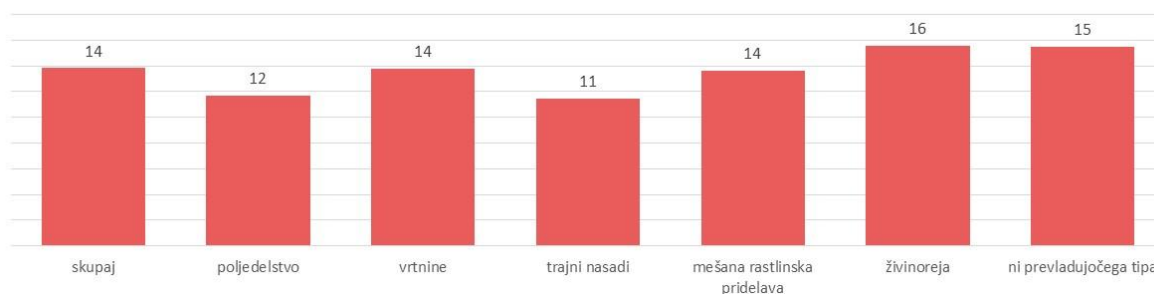
Anketo smo razdelili na naslednje vsebinske sklope:

- značilnosti kmetije (proizvodni tip, velikost, regija, število let v ekološki kontroli),
- značilnosti prodaje in trženja ekoloških živil,
- dinamika pridelave, predelave in prodaje ekoloških živil,
- prodajne poti in
- zaključek (ovire in predlogi za nadaljnji razvoj)

### **Obseg in dinamika prodaje ekoloških živil**

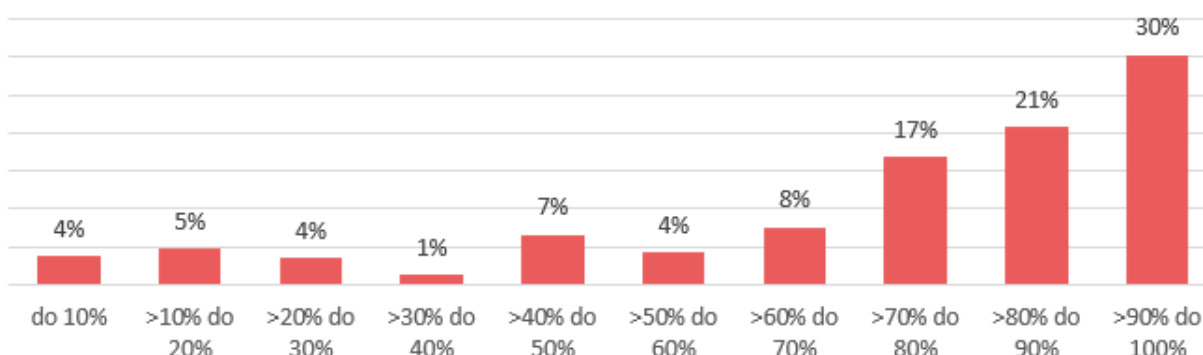
V povprečju so anketirane kmetije v nadzor ekološke pridelave in predelave vključene 14 let.

**Slika 5. Koliko let je vaša kmetija vključena v nadzor ekološke pridelave in predelave?**



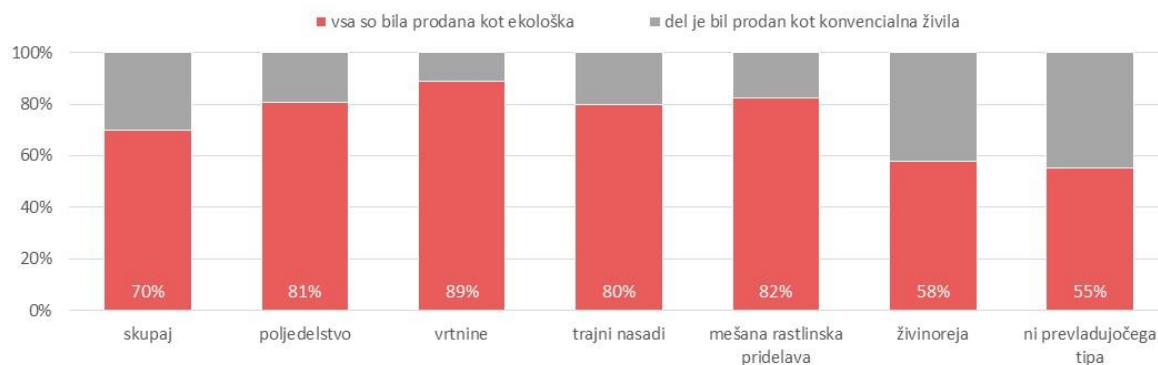
V povprečju kmetije prodajo tri četrtine lastnih pridelanih oziroma predelanih živil, drugo je za lastno porabo. Med tipi kmetij ni veliko razlik, nekoliko izstopajo poljedelske, zelenjadarske in trajni nasadi (ti prodajo v povprečju 80 % ekoloških živil iz lastne pridelave).

**Slika 6. Kolikšen delež vaših EKOLOŠKIH živil je namenjen za prodajo (in ne za lastno porabo)?**



Dobrih 30 % kmetij del svojih živil prodaja kot konvencionalna. Ta delež je večji pri živinorejskih kmetijah, kjer je 43 % kmetij del živil prodalo kot konvencionalnih. Med kmetijami, ki pridelujejo vrtnine, pa jih več kot 90 % uspe le te tudi prodati kot ekološke.

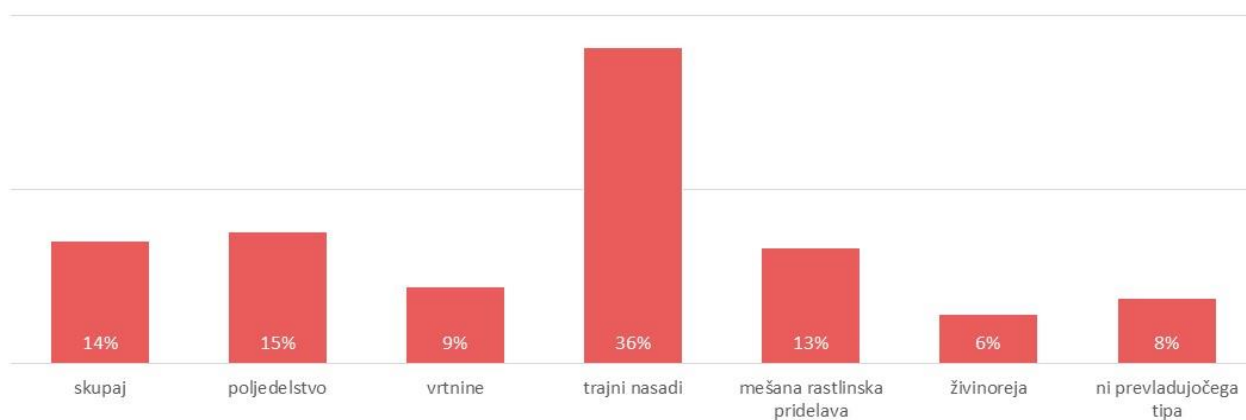
**Slika 7. So bila v letu 2021 vsa ekološka živila, ki ste jih prodali, prodana kot ekološka živila?**



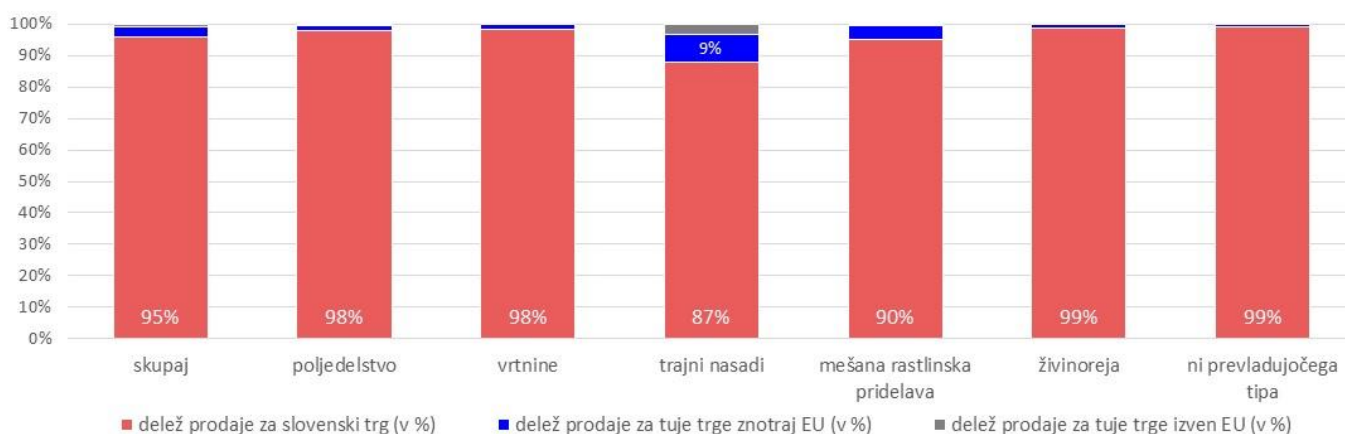
Skoraj 15 % kmetij svoja živila prodaja tudi na tuje trge. Te kmetije v povprečju na slovenskem trgu prodajo dobrih 60 % svojih živil, na tujih trgih pa dobrih 30 %. Pri prodaji na tuje trge prevladujejo vinarji, ki so zelo izvozno naravnani.

Ugotovimo lahko, da kmetije skupaj na slovenskem trgu prodajo okoli 95 % ekoloških živil.

**Slika 8. Ali EKOLOŠKA živila lastne pridelave prodajate tudi na tuje trge? Delež odgovorov »da«.**



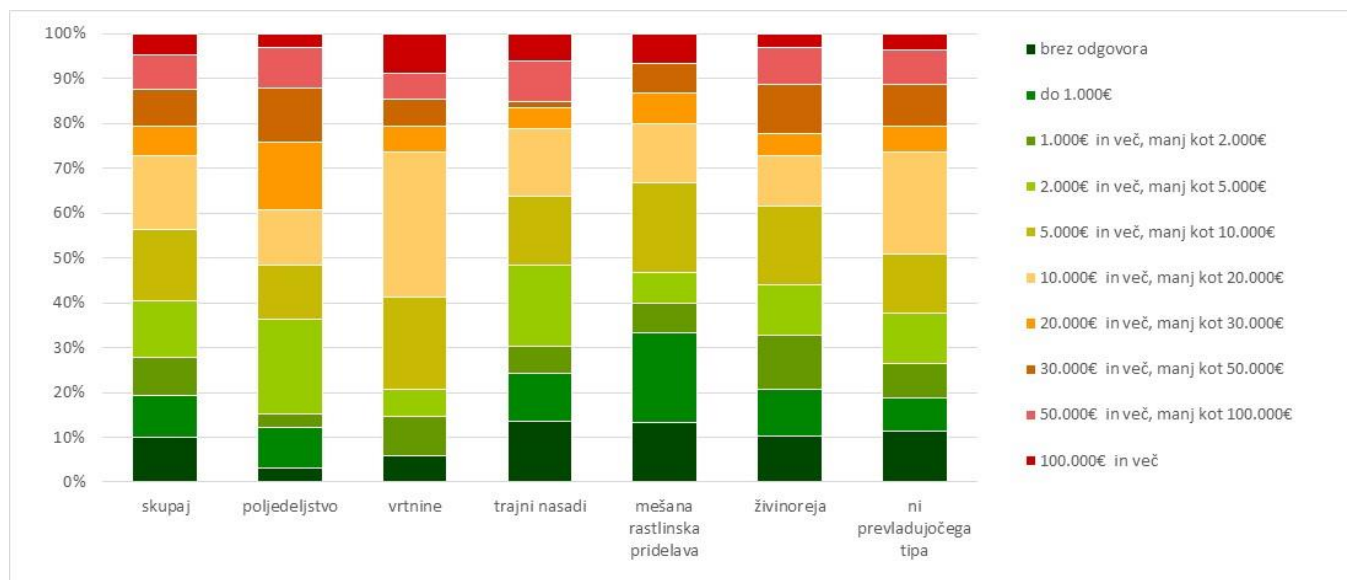
**Slika 9. Delež prodaje ekoloških živil glede na trg prodaje**



Povprečna vrednost vseh prodanih ekoloških živil znaša približno 25.000 EUR na kmetijo. Višje vrednosti dosegajo kmetije z vrtninami, trajnimi nasadi ali mešano rastlinsko pridelavo.

**Slika 10. Kolikšna je bila vrednost vseh prodanih EKOLOŠKIH živil iz vaše lastne pridelave in predelave izključno iz vaših lastnih pridelkov (ki so bila prodana kot ekološka živila)?**

| skupaj   | poljedelstvo | vrtnine  | trajni nasadi | mešana rastlinska pridelava | živinoreja | ni prevladujočega tipa |
|----------|--------------|----------|---------------|-----------------------------|------------|------------------------|
| 27.053 € | 25.713 €     | 34.421 € | 34.939 €      | 33.007 €                    | 21.624 €   | 21.734 €               |



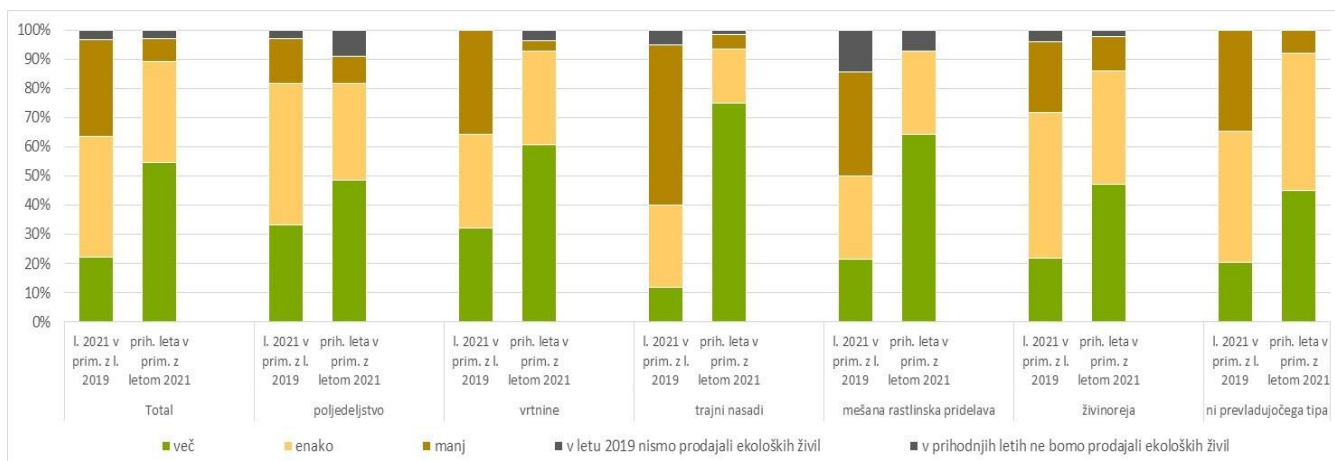
**Izračun vrednosti prodaje ekoloških živil** temelji na raziskovalnih podatkih, prejetih od tržnih ekoloških kmetij. Te so poročale o vrednosti prodaje ekoloških živil iz lastne pridelave in predelave izključno iz lastnih pridelkov (ki so bila prodana kot ekološka živila) ter hkrati tudi navedle delež prodaje na slovenskem trgu. Upoštevali smo še velikost kmetij. Povprečne vrednosti prodaje na hektar smo nato ekstrapolirali na skupno velikost zemljišč tržnih ekoloških kmetij. Po naših ocenah znaša skupni obseg prodanih ekoloških živil za slovenski trg (za leto 2021) okoli **55 mio EUR**. Pri tem je treba upoštevati naravne dejavnike, ki lahko opazno vplivajo na obseg pridelka in s tem tudi na skupno vrednost prodaje ekoloških živil (primer pozeba sadnega drevja v letu 2021). Navedeno oceno je zato treba upoštevati v tej luči.

Zanimala nas je tudi dinamika prodaje med obdobjem pred in med epidemijo covid (leti 2019 in 2021). Pri večini kmetij (40 %) v teh dveh letih ni bilo sprememb oziroma je bila prodaja enaka, dobri petini kmetij se je v letu 2021 povečala prodaja (za povprečno 22 %), slabi tretjini pa se prodaja v letu 2021 zmanjšala (za povprečno 23 %).

Če združimo oba podatka (ali se je prodaja povečala ter za koliko), je bila vrednost prodaje v letu 2021 v primerjavi z letom 2019 v povprečju višja za 5 %. Najvišji porast je zaznan pri vrtninah, kar 8,5 %.



**Slika 11. Primerjajte leto 2021 z letom 2019 (pred epidemijo covid-19) ter s prihodnjimi načrti (za leta 2022–2025). Ste takrat oziroma boste takrat prodali ...**



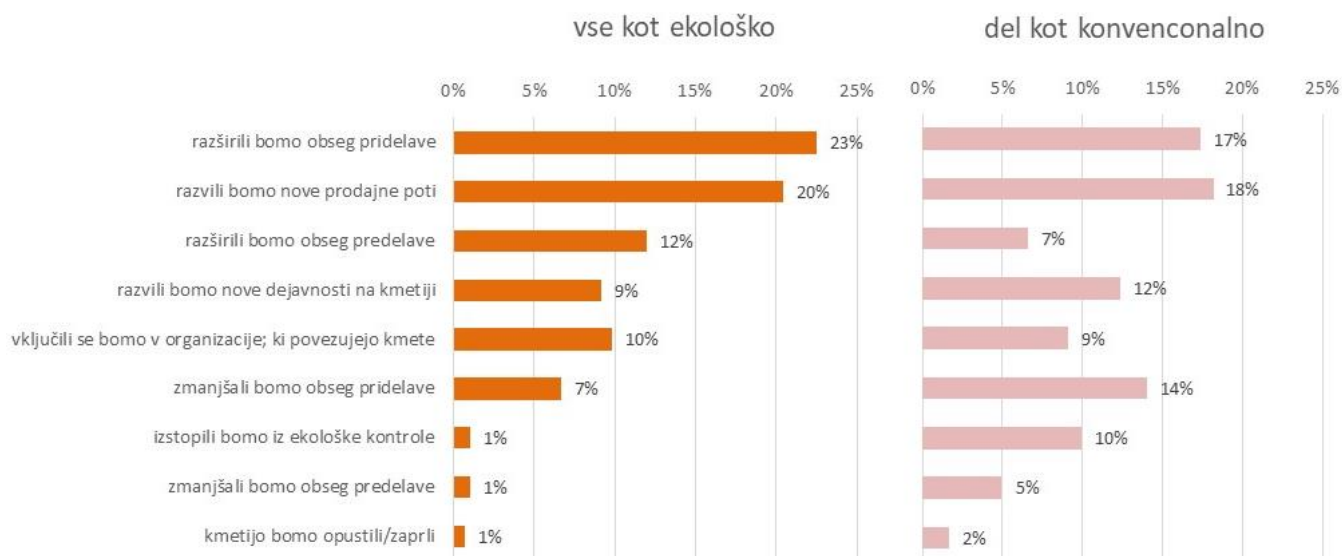
Prihodnji načrti kažejo, da bo prodaja ekoloških živil večja kot v letu 2021. Tako ocenjuje kar 55 % kmetij, in sicer načrtujejo letno rast prodaje za povprečno 22 %. Če združimo oba podatka (ali načrtujejo povečanje prodaje in ali se je povečala ter za koliko), lahko predvidevamo 12 % povprečno letno rast. Povečanje prodaje načrtujejo doseči predvsem z razširjenim obsegom pridelave ter razvojem novih prodajnih poti.

**Slika 12. Ali v prihodnjih letih (2022–2025) načrtujete katero od naslednjih sprememb?**



Ekološke kmetije, ki uspejo vsa živila prodati kot ekološko, v večji meri načrtujejo povečanje pridelave, širitev prodajnih poti. Pri kmetijah, ki del živil prodajo kot konvencionalno, pa je opaziti več namer za zmanjšanje obsega pridelave, predelave ali celo za izstop iz ekološke kontrole. Razlike so prikazane v spodnji sliki.

Slika 13. Načrtovane spremembe v prihodnjih letih (2022-2025) glede na preteklo prodajo ekoloških živil



### Distribucijske poti

Slika 14. Katere prodajne poti uporabljate za prodajo vaših EKOLOŠKIH pridelkov in izdelkov?

Za vsako od prodajnih poti, ki jih uporabljate, navedite, kolikšen % pomeni v skupni prodaji.

| Prodajna pot  | Relativni delež prodaje prek poti (če je pot prisotna) | Absolutni delež prodaje prek posamezne poti |
|---|--|---|
| neposredna prodaja na kmetiji   | 78%  | 49%   |
| zadruge, skupine proizvajalcev in druge oblike tržnega povezovanja kmetov | 34%  | 37%   |
| lastna prodaja preko spleta, dostava na dom, partnersko kmetijstvo, ipd.  | 31%  | 32%   |
| neposredna prodaja na (eko)tržnici  | 25%  | 42%   |
| javni zavodi (šole, vrtci idr.)   | 21%  | 26%   |
| specializirane ekološke trgovine  | 15%  | 21%   |
| distributerji   | 13%  | 49%   |
| drugi mali trgovci, trgovine  | 10%  | 25%   |
| gostinski obrati, hoteli  | 10%  | 14%   |
| klavnice, mesnice, mlekarne, drugi predelovalni obrati                    | 9%   | 36%   |
| skupinsko oz. skupnostno naročanje  | 8%   | 24%   |
| trgovske verige   | 6%   | 29%   |
| drugo   | 8%   | 30%   |

Najpogostejša prodajna pot ekoloških živil je neposredna prodaja na kmetiji in jo uporablja kar 78 % anketiranih kmetij, v teh primerih ta prodajni kanal pomeni kar polovico prodaje.

Sledijo zadruga oziroma druge oblike tržnega povezovanja kmetov. To pot uporablja tretjina anketiranih kmetij, pomeni pa v povprečju dobro tretjino prodaje.

Skoraj tretjina anketiranih kmetij uporablja tudi neposredno prodajo na druge načine (splet, dostava na dom ...), četrtnina prodaja na (ekoloških) tržnicah, petina pa javnim zavodom. Druge prodajne poti uporablja manj kot petina anketiranih kmetij.

Če združimo oba podatka (ali uporabljajo posamezno prodajno pot ter kolikšen delež ta pomeni v skupni vrednosti prodanih živil), ugotovimo, da se z lastno neposredno prodajo na kmetiji proda 38 %, preko zadrug in drugih oblik tržnega povezovanja kmetov 13 %, na (eko) tržnicah 11 %, z lastno neposredno prodajo preko spleta, dostava na domove, partnersko kmetijstvo ipd. 10 %, preko distributerjev pa 6 % ekoloških živil. Vse druge prodajne poti pa pomenijo okoli petine celotne vrednosti prodaje slovenskih ekoloških živil. Kmetije preko vseh neposrednih prodajnih poti (vključeni tudi javni zavodi in skupinsko naročanje) prodajo skupaj slabih 70 % vseh ekoloških živil.

V povprečju ekološke kmetije za prodajo uporabljajo dva do tri kanale. Kmetije, ki vse ekološke pridelke prodajo kot ekološke, uporabljajo večje število kanalov, v večji meri se poslužujejo predvsem neposredne prodaje prek drugih kanalov, ne le na kmetiji (splet, dostava, partnersko kmetijstvo ipd.). Te kmetije nameravajo tudi v prihodnje še dodatno razvijati prodajne poti.

### ***Ovire pri prodaji ekoloških živil***

Glavne težave pri prodaji ekoloških živil po navedbah anketiranih lahko razdelimo v tri sklope:

#### **● Kupci:**

- nizka odkupna cena ekoloških živil, predvsem mesa; večina ekoloških govedorejcev in živinorejcev je tako prisiljena ekološko pridelano meso prodajati po ceni konvencionalnega mesa, ker skoraj nihče ni pripravljen plačati višje cene za ekološko;
- cenovni pritiski večjih trgovcev so vedno večji zaradi nelojalne in cenovno ugodnejše konkurence iz tujine;
- neredna in nestabilna naročila javnih zavodov: pogodbeno sodelovanje z javnim zavodom ekološkim pridelovalcem ne zagotavlja rednega odjema in tudi količine odjema niso znane; včasih odjema sploh ni, kljub podpisani pogodbi.

#### **● Potrošniki:**

- nizka kupna moč potrošnikov;
- slaba ozaveščenost potrošnikov o vrednosti in pomenu ekološke pridelave/predelave; slabo razločevanje med številnimi oznakami kakovosti: EKO oziroma BIO, IZBRANA KAKOVOST, DOMAČE, ki jih posledično enačijo kot enako dobre.

#### **● Pridelovalci:**

- vpliv vremenskih razmer na količino pridelka;
- zapletena in zamudna birokracija s prodajo ekoloških živil;
- pomanjkanje resursov za ukvarjanje s prodajnim procesom (potrebna znanja in delovna sila).

## 2 GLAVNI TRŽNI AKTERJI

Glavne tržne akterje lahko razdelimo v naslednje skupine:

- **Prodaja ekoloških živil:**
  - pridelovalci, ki so bodisi zgolj pridelovalci, večinoma pa tudi predelovalci; ti lahko svoja živila tržijo kot surovino za predelovalce ali pa z njimi sodelujejo v maloprodaji, bodisi neposredno (prek lastnih prodajnih kanalov) bodisi po posrednikih (zadruga, distributerji ipd.); pri tem je treba poudariti, da ni nujno, da je predelava ekoloških živil namenjena proizvodnji živilskih izdelkov, ampak gre lahko tudi za izdelke drugega tipa (npr. kozmetični izdelki).
- **Nabava in nadaljnja prodaja ekoloških živil:**
  - distributerji, ki so bodisi izključni distributerji, ki se ukvarjajo samo z veleprodajo, nekateri pa lahko nastopajo tudi kot tržni akterji v maloprodaji;
  - trgovci z živilo, kjer so najpomembnejši tržni akterji velike trgovske verige, sicer pa ekološka živila v svojo ponudbo vključuje že večina trgovin;
  - specializirani trgovci z ekološkimi živilo (t. i. eko trgovine);
  - specializirani trgovci drugega tipa, katerih ponudba vključuje tudi (ekološka) živila (večinoma drogerije);
  - predelovalci, ki nabavljajo ekološka živila za surovino ter izdelek za nadaljnjo prodajo tržijo kot ekološki izdelek; predelana ekološka živila prodajajo bodisi samostojno neposredno končnim kupcem bodisi posredno prek distributerjev in trgovin;
  - restavracije/lokali/kavarne, pri katerih so ekološka živila pogosteje vključena kot surovine v ponudbi, končni izdelek pa ni tržen kot ekološki; primeri nadaljnje prodaje ekoloških živil kot ekoloških se pojavljajo redkeje, predvsem v kategoriji ekoloških vin.
- **Nabava in potrošnja ekoloških živil (brez nadaljnje prodaje):**
  - individualni končni kupci/potrošniki
  - skupinski končni kupci/potrošniki (zavezanci za javna naročila in sektor HORECA)

### 3 GLAVNE PRODAJNE POTI

Daleč najpomembnejša prodajna pot za **tuja ekološka živila** so trgovske verige. Manjši delež odpade na javne zavode, specializirane trgovine in druge distributerje. V zelo nizkem deležu pa tudi na sektor HORECA.

Za **slovenska ekološka živila** je najpogostejša prodajna pot, ki jo uporablja tudi večina ekoloških kmetij, neposredna prodaja na kmetiji, preko katere se proda skoraj 40 % domačih ekoloških živil, kar predstavlja okoli 21 milijonov EUR prometa. Slabo četrtno ekoloških živil kmetje prodajo še na (eko) tržnicah in preko drugih lastnih neposrednih prodajnih poti (splet, dostava na dom, partnersko kmetijstvo ipd). Sledi prodaja zadrugam oziroma drugim oblikam tržnega povezovanja kmetov, distributerjem, klavnicam, mesnicam, mlekarnam ter drugim predelovalnim obratom (dobrih 20 % ekoloških živil). V manjšem obsegu slovenski proizvajalci prodajajo tudi javnim zavodom, trgovskih verigam, specializiranim ekološkim trgovinam in sektorju HORECA.

### 4 OCENA TRŽNEGA DELEŽA EKOLOŠKIH ŽIVIL GLEDE NA IZVOR (slovenska in tuja ekološka živila)

**Tržni delež ekoloških živil** v skupnem prometu z živilimi (hrano in pijačo) v trgovini na drobno ocenjujemo na okoli **3 do 4 %**.

**To je zelo podobno povprečju v EU, ki znaša 3,6 %**. Države z najvišjim deležem so Danska (13 %), Avstrija (11 %), Luksemburg (9 %) in Švedska (9 %). Na podobni ravni kot Slovenija, so še Belgija, Estonija, Italija in Nizozemska (FIBL, 2022).

Delež tujih ekoloških živil je najvišji v trgovskih verigah, kjer znaša okoli 85 do 90 %, delež slovenskih ekoloških živil pa med 10 in 15 %. V javnih zavodih je delež tujih ekoloških živil okoli 60 %, delež slovenskih pa okoli 40 %. Kot je že navedeno zgoraj, se večina domačih ekoloških živil proda preko lastnih neposrednih prodajnih poti, ki jih uporabljajo kmetije. Skupaj ocenjujemo, da znaša relativni tržni **delež tujih ekoloških živil okoli 65 %, delež domačih ekoloških živil pa okoli 35 %**<sup>4</sup>.

### 5 PORABA EKOLOŠKIH ŽIVIL NA PREBIVALCA V SLOVENIJI

**Povprečno letno porabo na prebivalca** za ekološka živila pri nas ocenjujemo na okoli **70 EUR/prebivalca**<sup>5</sup>.

<sup>4</sup> Pri izračunu smo upoštevali ocenjene vrednosti prodaje ekoloških živil v trgovini na drobno (v trgovskih verigah in preko neposredne prodaje potrošnikom s strani ekoloških kmetij) ter v javnih zavodih. Gre za ocenjeno vrednostna letni ravni, na katero (lahko) vpliva sezonskost, vremenske razmere ipd.

<sup>5</sup> Izračun temelji na ocenjeni vrednosti prodaje ekoloških živil v trgovini na drobno (v trgovskih verigah in preko neposredne prodaje potrošnikom s strani ekoloških kmetij).

Povprečje v EU znaša dobrih 100 EUR/prebivalca, pri tem prednjačijo Danska (384 EUR/prebivalca), Luksemburg (284 EUR/prebivalca) in Avstrija (254 EUR/prebivalca). Na podobni ravni kot Slovenija, so še Belgija, Finska in Nizozemska (FIBL, 2022).

## **SKLOP 2:**

### **ANALIZA POTROŠNIKI NAVAD IN ODNOSA DO EKOLOŠKIH ŽIVIL**

## **1 CILJI RAZISKAVE**

Naročnik je želel pridobiti poglobljen vpogled v trg ekoloških živil v Republiki Sloveniji. Pri tem so ga zanimale prepoznavnost, percepcija, nakupne navade in cenovna premija ekoloških živil pa tudi velikost trga ekoloških živil. Dodatno je naročnik želel pridobiti informacije o vplivu slovenskega porekla v primerjavi z ekološko pridelavo na nakup živil.

## **2 METODOLOGIJA RAZISKAVE**

### **2.1 Merski inštrument**

Anketni vprašalnik je vseboval sledeče vsebinske sklope:

- splošno o odnosu do hrane,
- prepoznavnost ekoloških živil,
- nakupovanje živil in ekoloških živil,
- cenovna premija ekoloških in slovenskih živil (conjoint analiza),
- percepcija ekoloških in slovenskih živil,
- ovire za nakup ekoloških živil,
- spremembe zaradi pandemije covida,
- demografija.

Merski inštrument je vključeval tudi zajem podatkov po dveh posebnih metodah, in sicer z:

- metodo maksimalnih razlik (MaxDiff) in
- conjoint analizo.

### **2.2 Izvedba ankete**

Anketiranje je potekalo od 3. do 15. decembra 2021.

Izvedeno je bilo računalniško podprto spletno anketiranje (CAWI), anketa je bil izdelana s programom SSI web v8, gostovanje ankete je bilo na strežnikih izvajalca raziskave.

Velikost vzorca znaša  $N = 1.022$ . Odgovarjale so osebe, starejše od 15 let.

Vzorčenje je potekalo po načelu naključnega vzorčenja v spletnem panelu izvajalca (Aragon, d. o. o.). Panel je reprezentativen za slovensko populacijo uporabnikov interneta.



## 2.3 Osnovna demografska struktura vzorca

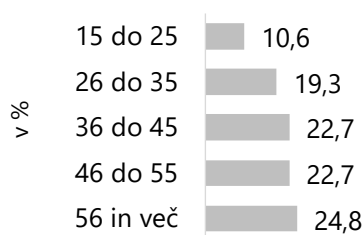
V vzorec smo zajeli 1022 anketirancev od tega 51 % žensk in 49 % moških. Starostna, regijska in izobrazbena struktura ustreza porazdelitvam v celotni populaciji.

(odgovarjajo vsi udeleženci; N = 1.022)

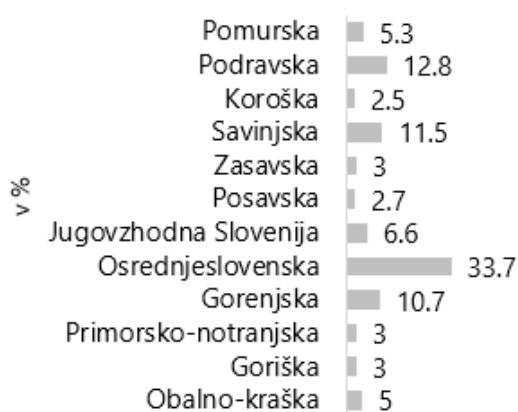
Slika 15. Demografska struktura vzorca: spol



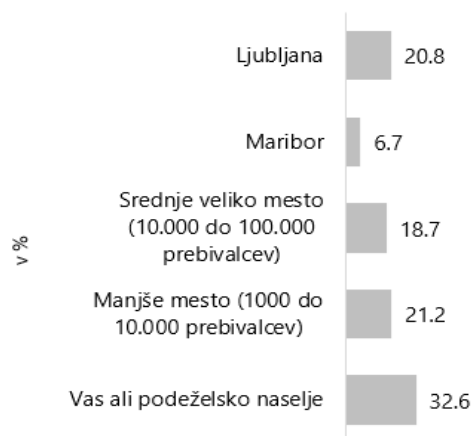
Slika 16. Demografska struktura vzorca: starost



Slika 17. Demografska struktura vzorca: regija



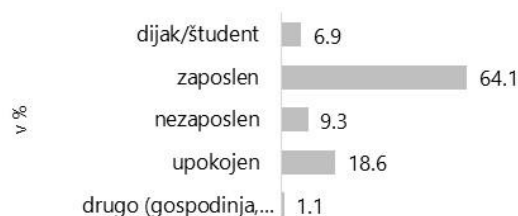
Slika 18. Demografska struktura vzorca: tip naselja



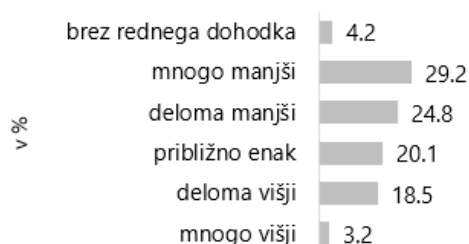
Slika 19. Demografska struktura vzorca: izobrazba



Slika 20. Demografska struktura vzorca: zaposlitveni status



Slika 21. Demografska struktura vzorca: dohodek (v primerjavi s slovenskim povprečjem)



### 3 POVZETEK GLAVNIH UGOTOVITEV

#### Zaznavanje in prepoznavnost ekoloških živil

- Večina potrošnikov (84 %) **ekološka živila povezuje z odsotnostjo škodljivih dodatkov** (pridelano brez uporabe pesticidov in herbicidov, brez kemikalij/strupov, brez konzervansov ...). **Pogosta** je tudi **povezava z naravnostjo** (brez negativnih učinkov na naravo, pridelano na naraven način).
- Pri **prepoznavi ekoloških živil** se večina (46 %) naslanja **na oznake na izdelkih**, redki pa se zanašajo na zaupanje pridelovalcu, pri katerem kupujejo. **Priklic uradnih znakov** (ekološki, Izbrana kakovost – Slovenija) **je približno enak kot priklic znakov trgovcev**.

#### Nakup živil z oznakami

- Le dobra tretjina (37,3 %) potrošnikov navaja, da kupujejo živila z ekološkim znakom.

#### Percepcija oznak na živilih

- Potrošniki za **uradni ekološki znak vedo**, da **pomeni ekološko živilo**, večina tudi **meni, da zagotavlja do okolja prijazno pridelavo**. Poleg znaka Izbrana kakovost – Slovenija se pri tem znaku **v največji meri strinjajo**, da gre za **živilo, za katerega je treba plačati več**, in prav tako **vedo, da ne zagotavlja slovenskega porekla**.

#### Nakup ekoloških živil

- Večina anketiranih vsaj občasno kupuje ekološka živila – le 23 % jih ne kupuje niti na letni ravni. Kljub temu pa se ekološka živila kupujejo redkeje kot druga živila – večina jih kupuje nekajkrat mesečno, medtem ko nakup živil v splošnem izvajajo na tedenski ravni.
- V kategorijah **jajca, zelenjava in sadje** več kot polovica potrošnikov pogosto kupi ekološke izdelke. Precej ekoloških izdelkov kupijo tudi v kategoriji mesa ter mleka in mlečnih izdelkov. Najredkeje ekološke izdelke kupujejo v kategorijah napitki iz žit, vino, školjke in morski sadeži.
- Ko se potrošniki prehranjujejo zunaj doma, redko preverjajo, ali so živila ekološka. Večina pa bi si želela širšo ponudbo ekoloških živil v vseh ustanovah, ki strežejo pripravljeno hrano.
- **Potrošniki danes kupujejo več ekoloških živil, kot so jih pred dvema letoma**. Prav tako se bo ta trend predvidoma nadaljeval v prihodnosti.

#### Percepcija ekoloških živil

- **Anketirani**, ki kupujejo ekološka živila, večinoma **menijo, da so bolj zdrava** kot druga živila, **so brez pesticidov in GSO** ter **so nasploh bolj kakovostna**. Prav tako relativno visok delež meni, da so bolj okusna in da proizvodnja manj obremenjuje okolje.
- **Glavne ovire** za nakup ekoloških živil so **previsoka cena** ter **pomanjkanje zaupanja**. Četrtnina tudi meni, da ni razlike v kakovosti in okusu v primerjavi s konvencionalnimi živili.
- **Potrošniki so opazili povečanje ponudbe ekoloških živil v zadnjih dveh letih** in menijo, da se bo ta trend nadaljeval. Prav tako **večina zaupa v njihovo kakovost** in **v certifikate**. Manj se strinjajo z dostopnostjo ekoloških živil, predvsem cenovno dostopnostjo.

## Nakupni dejavniki – ekološka pridelava v kontekstu z drugimi dejavniki

- **Potrošnike k nakupu** pri ocenjevanju z metodo MaxDiff **najbolj pritegne slovensko oziroma lokalno poreklo**, sledi **cena**, vključno z akcijo, nato pa **odsotnost aditivov in ekološka pridelava**.
- Pri odločanju med celostnimi ponudbami živil (zelenjave, sadja in mesa) s conjoint analizo je hierarhija dejavnikov nekoliko drugačna kot na deklarativni ravni (pri metodi MaxDiff). **Pri vseh kategorijah lahko večino nakupne odločitve** (nekoliko več kot polovico) **pojasnimo** z variacijo v **ceni različnih izdelkov**. **Sledi poreklo** (razlika med lokalnim, slovenskim in EU), ki **pojasni približno tretjino nakupnih odločitev** pri vseh kategorijah, **najmanjšo težo** pri izbiranju izdelkov pa so **potrošniki dajali razliki v pridelavi oziroma vzreji** (klasična oziroma ekološka).
- Pri **vseh kategorijah živil in vseh porekljih** ima **ekološko živilo bistveno višjo preferenco kot konvencionalno** – ekološka živila so od 3- (npr. meso iz EU) do 1,7-krat (sadje iz EU) bolj zaželena kot klasična živila.
- Razlika med ekološkim in klasičnim živilom je najmanjša pri lokalnem poreklu, saj slednje že samo po sebi zbuja večje zaupanje pri potrošnikih.
- Manjšo razliko med ekološkimi in klasičnimi živilih lahko vidimo tudi pri sadju iz EU, kar je lahko posledica splošnega manjšega zaupanja izdelkom zunaj Slovenije – tudi ekološkim.
- Krivulje **cenovne elastičnosti kažejo**, da imajo **kupci zelenjave najmočnejšo težnjo po nakupu ekoloških živil**, saj jih tudi pri najvišji ceni 35 % bolj preferira ekološka živila. Pri mesu je takih le približno 25 %, pri sadju pa platoja sploh ne dosežemo in višanje cene v smiselnem razponu ves čas počasi odvrča kupce od ekoloških živil h konvencionalnim.
- Pri živilih ekološke pridelave je slovensko in lokalno poreklo tako rekoč enako preferirano. V primeru konvencionalne pridelave pa je lokalno poreklo nekoliko bolj zaželeno kot slovensko.
- **Živila iz konvencionalne pridelave/vzreje so bolj preferirana, če imajo lokalno poreklo**, pri **ekoloških živilih** pa je **vseeno, ali imajo lokalno oziroma slovensko poreklo**.

## Cenovna premija ekoloških in lokalnih živil

- **Cenovna premija za ekološko zelenjavo** je od 17 % (pri lokalnem poreklu) **do 24 %** (pri slovenskem poreklu) **višja kot cena za živila iz konvencionalne pridelave**.
- **Cenovna premija za ekološko sadje** je nekoliko nižja kot za zelenjavo – približno 12 % (pri slovenskem poreklu) **do 14 %** (pri poreklu iz tujine) **višja kot cena za živila iz konvencionalne pridelave**.
- **Pri mesu** so cenovne premije spet nekoliko višje kot pri sadju. **Najvišjo cenovno premijo ima ekološko meso iz EU** (v primerjavi s konvencionalnim) – ta znaša 27 %.

## 4 REZULTATI

### 4.1 Prepoznavnost ekoloških živil

#### 4.1.1 Kako potrošniki prepoznajo ekološka živila

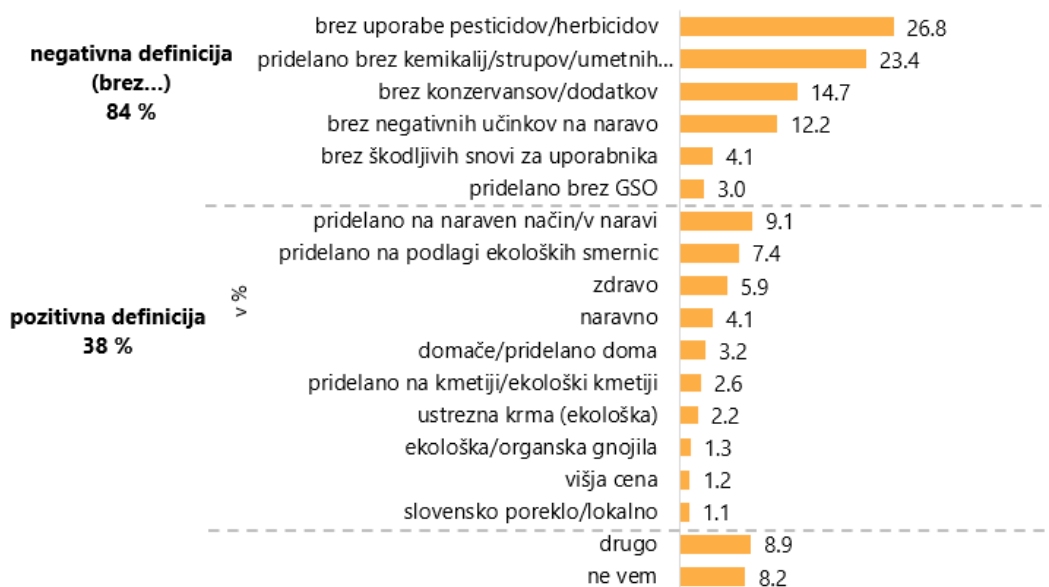
Večina potrošnikov ekološka živila povezuje z odsotnostjo škodljivih dodatkov – pridelano brez uporabe pesticidov in herbicidov, brez kemikalij/strupov, brez konzervansov ... Pogosta je tudi povezava z naravnostjo (brez negativnih učinkov na naravo, pridelano na naraven način.

Slika 22. Razumevanje pojma »ekološko živilo«

(odgovarjajo odločevalci in soodločevalci za nakup živil v gospodinjstvu; N = 1.001)

Vprašanje: Kaj po vašem mnenju pomeni, da je neko živilo ekološko?

Odprte navedbe, kategorizirane v postanalizi. Več možnih odgovorov (vsota presega 100 %).



Pri prepoznavi ekoloških živil večina zaupa oznakam, redki pa se zanašajo na zaupanje pridelovalcu, pri katerem kupujejo.

Slika 23. Elementi prepoznave ekoloških živil

(odgovarjajo odločevalci in soodločevalci za nakup živil v gospodinjstvu; N = 1.001)

Vprašanje: Kako prepoznate, da je določeno živilo ekološko

Odprte navedbe, kategorizirane v post analizi. Več možnih odgovorov (vsota presega 100 %).



#### 4.1.2 Priklic oznak na živilih in nakup živil z oznakami

V prepoznavnosti oznak na živilih ni bistvenih razlik. Priklic uradnih znakov (ekološki, Izbrana kakovost – Slovenija) je približno enak kot priklic znakov, ki jih uporabljajo trgovci. Nekoliko nižji je le priklic Tuševe oznake, predvidoma zaradi manjšega tržnega deleža te verige.

Ekološki znak ima dober priklic, le dobra tretjina pa navaja, da kupujejo živila s tem znakom.

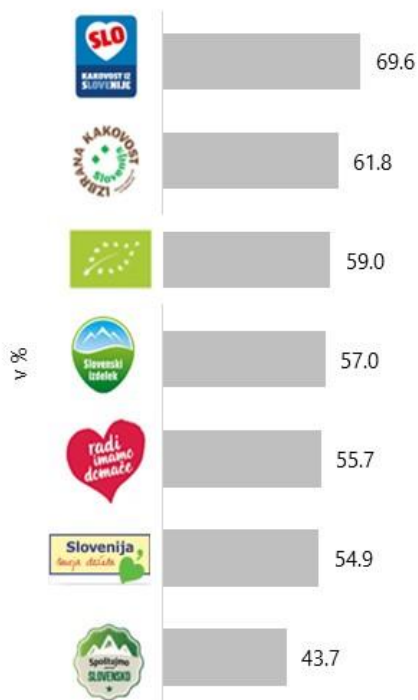
To je sicer eden od indikatorjev nakupa ekoloških živil, ampak potrošniki ekološka živila lahko kupujejo tudi preko drugih kanalov (tržnica, neposredno pri kmetu, Zeleni zabojček), kjer »ekološkost« ocenjujejo na podlagi zaupanja proizvajalcu oziroma prodajalcu.

Slika 24. Olajšani priklic oznak na živilih

(odgovarjajo odločevalci in soodločevalci za nakup živil v gospodinjstvu; N = 1.001)

Vprašanje: Katere od naslednjih znakov, s katerimi so lahko označena živila, ste že videli?

Več možnih odgovorov. Naključni vrstni red.

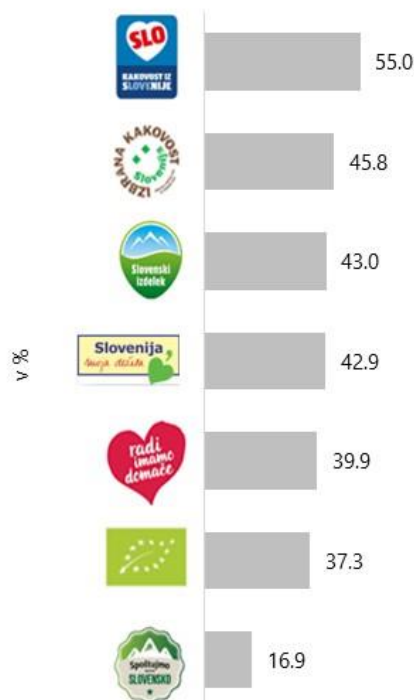


Slika 25. Nakup živil z oznakami

(odgovarjajo odločevalci in soodločevalci za nakup živil v gospodinjstvu; N = 1.001)

Vprašanje: Ali kupujete živila, ki so označena s katerim od navedenih znakov? Označite vse znake, ki so na živilih, ki jih kupujete.

Več možnih odgovorov. Naključni vrstni red.



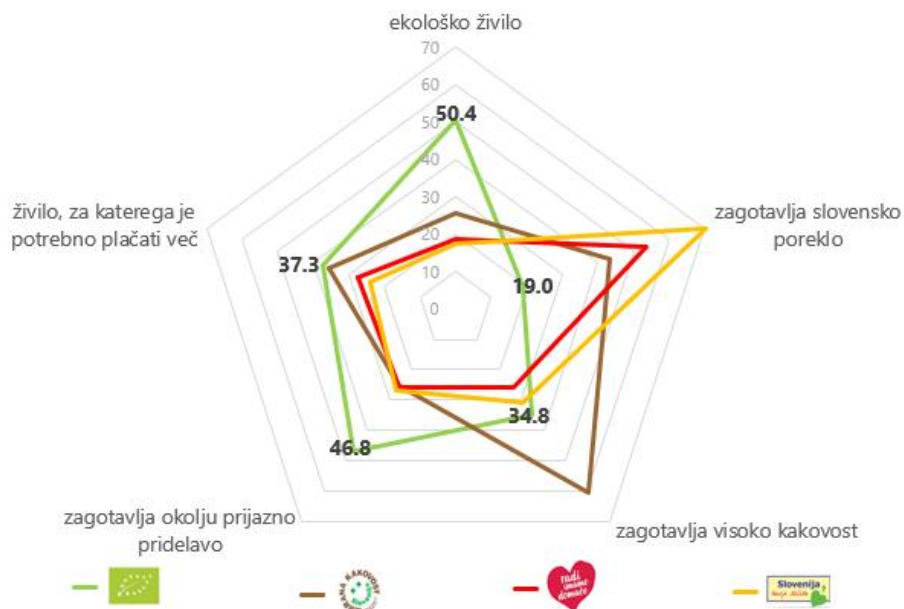
#### 4.1.3 Percepcija oznak na živilih

Percepcija uradnega ekološkega znaka kaže, da potrošnikom pomeni ekološko živilo, večina tudi meni, da zagotavlja do okolja prijazno pridelavo, da gre za živilo, za katerega je treba plačati več, in prav tako vedo, da ne zagotavlja slovenskega porekla. Zanimivo je, da je slovensko poreklo lažje razbrati v trgovskih oznakah kot pa iz znaka Izbrana kakovost – Slovenija.

## Slika 26. Percepcija oznak na živilih

(odgovarjajo odločevalci in soodločevalci za nakup živil v gospodinjstvu; N = 1.001)

Vprašanje: Za katere od navedenih znakov po vašem mnenju veljajo naslednje lastnosti? Izberete lahko več znakov. Več možnih odgovorov.



## 4.2 Nakup ekoloških živil

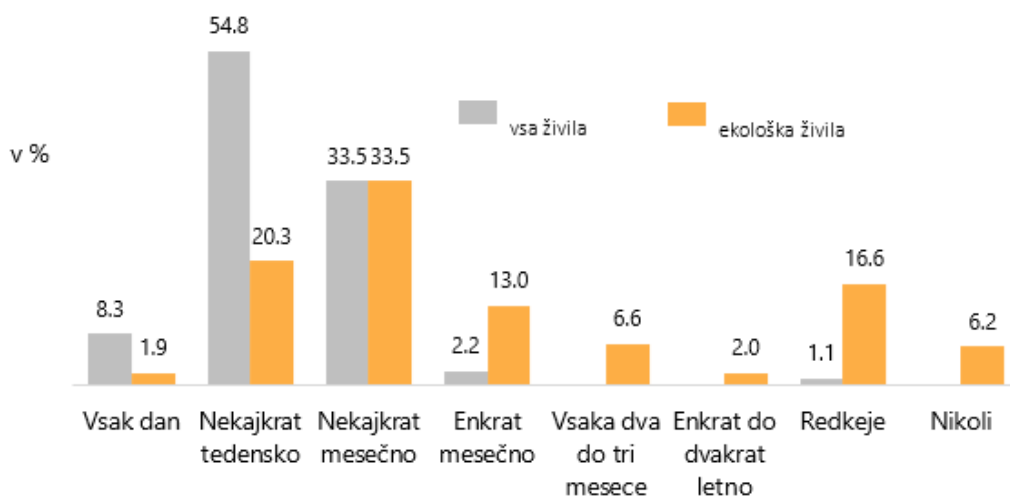
### 4.2.1 Frekvenca in kanal nakupa

Večina anketiranih vsaj občasno kupuje ekološka živila – le 23 % jih ne kupuje niti na letni ravni. Kljub temu pa se ekološka živila kupujejo redkeje kot druga živila – večina jih kupuje nekajkrat mesečno, medtem ko nakup živil v splošnem izvajajo na tedenski ravni.

#### Slika 27. Frekvenca nakupa ekoloških živil

(odgovarjajo odločevalci in soodločevalci za nakup živil v gospodinjstvu; N = 1.001)

Vprašanje: Kako pogosto kupujete živila (zelenjavo, sadje, meso, mlečne izdelke ...)? Kako pogosto kupujete ekološka živila?



Kar se tiče trgovskih verig oziroma kanalov nakupa za ekološka živila ni bistvenih razlik v primerjavi z drugimi živili, je pa izrazito več nakupov neposredno pri kmetih.

#### Slika 28. Kanal nakupa ekoloških živil

(odgovarjajo udeleženci, ki kupujejo živila vsaj na mesečni ravni; N = 989)

Vprašanje: Kje vse kupujete živila (zelenjavo, sadje, meso, mlečne izdelke ...)?

Kje kupujete ekološka živila? Več možnih odgovorov (vsota presega 100 %). Naključni vrstni red **opcij**.



#### 4.2.2 Kategorije živil

Potrošniki najpogosteje kupujejo sadje, zelenjavo, pekovske izdelke, mleko in mlečne izdelke ter meso in jajca. Najredkeje kupujejo napitke iz žit, vino ter školjke in morske sadeže.

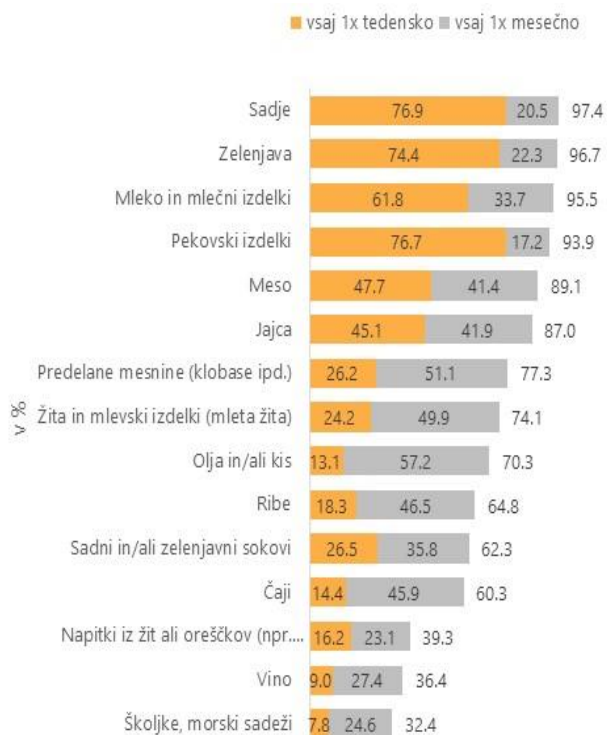
V kategorijah napitki iz žit, vino ter školjke in morski sadeži potrošniki tudi najredkeje posegajo po ekoloških izdelkih. Najpogosteje kupujejo ekološka jajca, zelenjavo in sadje. V teh kategorijah več kot polovica potrošnikov pogosto kupi ekološke izdelke. Precej ekoloških izdelkov kupijo tudi v kategoriji mesa ter mleka in mlečnih izdelkov.

**Slika 29. Nakup vseh živil**

(odgovarjajo udeleženci, ki kupujejo živila vsaj na mesečni ravni; N = 989)

*Vprašanje: Kako pogosto kupujete naslednje vrste živil?*

*Naključni vrstni red kategorij.*



**Slika 30. Nakup ekoloških živil**

(odgovarjajo udeleženci, ki kupujejo posamezno kategorijo živil)

*Vprašanje: Ko kupujete naslednje vrste živil, kako pogosto izberete ekološka živila?*

*Naključni vrstni red kategorij.*



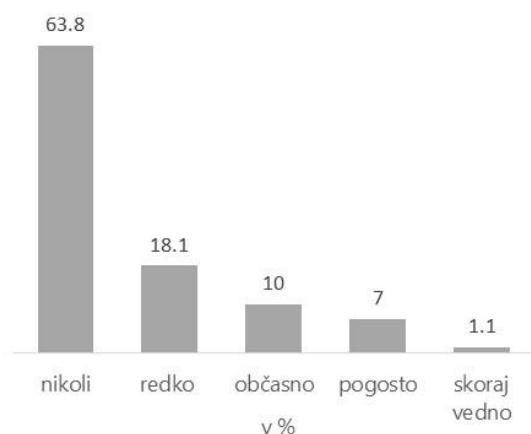
### 4.2.3 Potreba po povečanju ponudbe v restavracijah

Potrošniki zelo redko aktivno preverjajo, ali je na voljo ponudba ekoloških ali slovenskih živil, kljub temu pa večina želi širšo ponudbo ekoloških živil.

**Slika 31. Ekološka živila v restavracijah**

(odgovarjajo vsi udeleženci; N = 1.022)

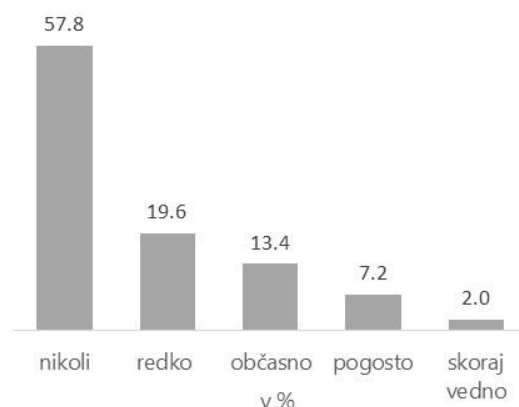
*Vprašanje: Ali v restavraciji kdaj preverite, ali so uporabljena ekološko pridelana živila?*



**Slika 32. Slovenska živila v restavracijah**

(odgovarjajo vsi udeleženci; N = 1.022)

*Vprašanje: Ali v restavraciji kdaj preverite, ali so uporabljena živila slovenskega porekla?*

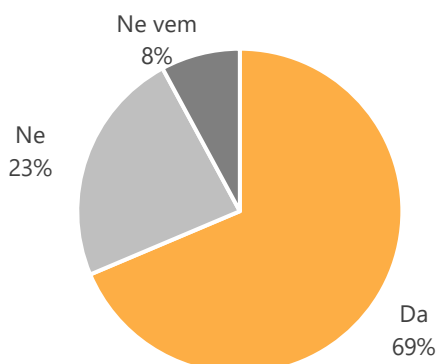




### Slika 33. Potreba po povečanju razpoložljivosti ekoloških živil

(odgovarjajo udeleženci, ki kupujejo živila vsaj na mesečni ravni; N = 989)

Vprašanje: Ali bi želeli, da bi bilo na voljo več ekoloških živil v trgovinah, restavracijah, lokalih, vzgojno-izobraževalnih zavodih (vrtci, šole)?



#### 4.2.4 Trendi v času

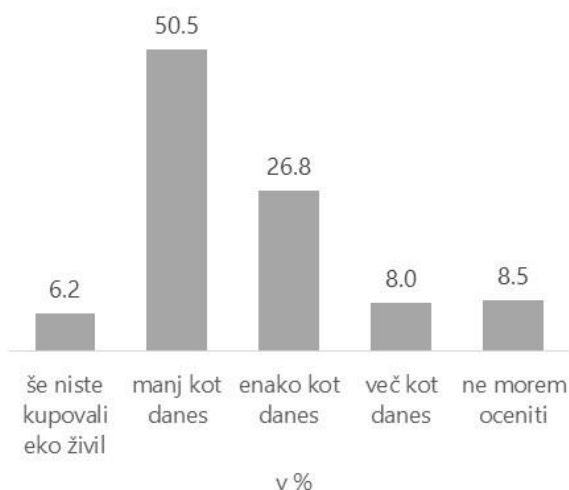
Potrošniki danes kupujejo več ekoloških živil, kot so jih pred dvema letoma – le 8 % jih danes kupuje manj ekoloških živil, medtem ko jih je polovica takrat kupovala manj ekoloških živil.

Prav tako se bo ta trend predvidoma nadaljeval v prihodnosti – polovica potrošnikov bo predvidoma kupovala več ekoloških živil in le 6 % manj oziroma jih ne bo več kupovala.

#### Slika 34. Nakup ekoloških živil v preteklosti

(odgovarjajo udeleženci, ki kupujejo ekološka živila vsaj enkrat na tri mesece; N = 753)

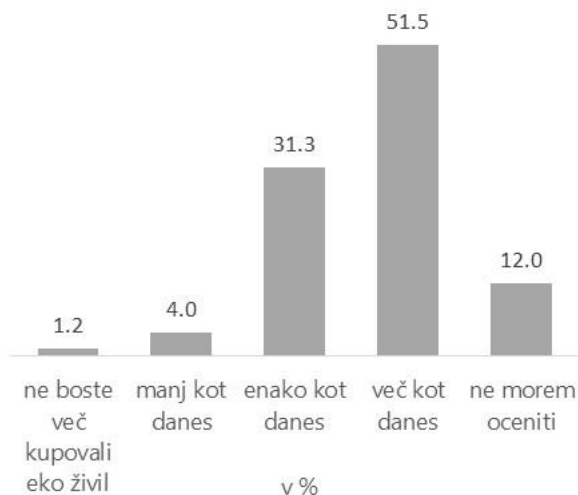
Vprašanje: Pomislite na to, kako ste nakupovali ekološka živila pred dvema letoma. Ali ste pred dvema letoma kupili ...



#### Slika 35. Nakup ekoloških živil v prihodnosti

(odgovarjajo udeleženci, ki kupujejo ekološka živila vsaj enkrat na tri mesece; N = 753)

Vprašanje: Pomislite na to, kako boste predvidoma nakupovali ekološka živila čez dve leti. Ali menite, da boste čez dve leti kupili ...

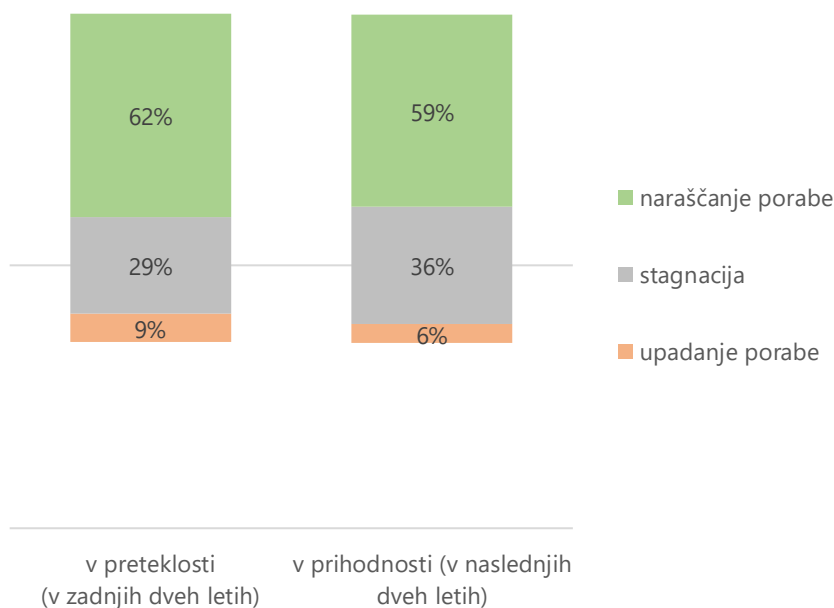


Podroben pogled trendov kaže, da se pri večini poraba ekoloških živil konsistentno povečuje, vsekakor pa je malo nihanj – povečevanje v preteklosti in upadanje v prihodnosti ali obratno. V celoti lahko rečemo, da je pri dobri polovici kupcev ekoloških živil trend relativno konsistentno pozitiven (se poraba povečuje).

**Slika 36. Nakup ekoloških živil v času**

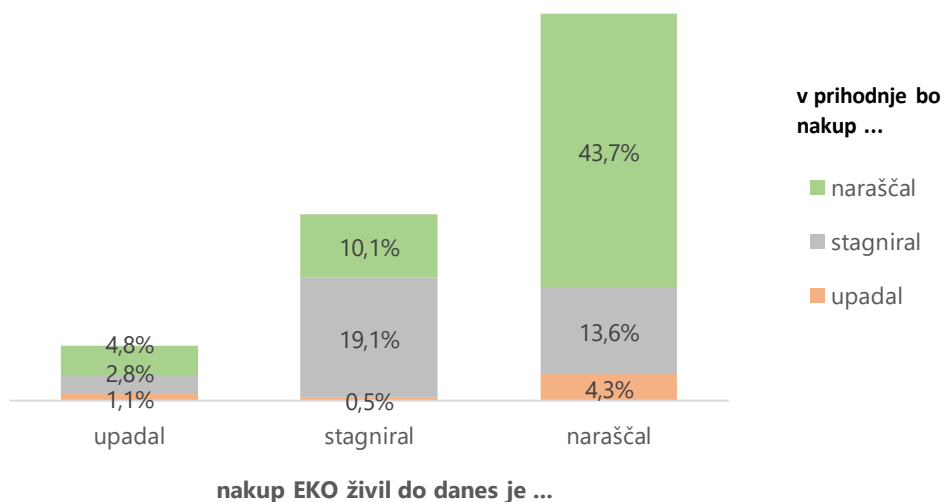
(odgovarjajo udeleženci, ki kupujejo ekološka živila vsaj enkrat na tri mesece in ki so lahko ocenili trend porabe v preteklosti in prihodnosti; N = 645)

*Vprašanje: Pomislite na to, kako ste nakupovali ekološka živila pred dvema letoma. Pomislite na to, kako boste predvidoma nakupovali ekološka živila čez dve leti.*



**Slika 37. Nakup ekoloških živil v prihodnje**

(odgovarjajo udeleženci, ki kupujejo ekološka živila vsaj enkrat na tri mesece in ki so lahko ocenili trend porabe v preteklosti in prihodnosti; N = 645)



## 4.3 Percepcija ekoloških živil

### 4.3.1 Prednosti in slabosti

Anketirani, ki kupujejo ekološka živila, večinoma menijo, da so bolj zdrava, kot druga živila, so brez pesticidov in GSO ter so nasploh bolj kakovostna. Prav tako relativno visok delež meni, da so bolj okusna in da proizvodnja manj obremenjuje okolje.

**Slika 38. Prednosti ekoloških živil**

(odgovarjajo udeleženci, ki kupujejo ekološka živila vsaj enkrat na tri mesece; N = 753)

*Vprašanje: Kateri so glavni razlogi, da kupujete ekološko pridelana živila?*

*Več možnih odgovorov (vsota presega 100 %). Naključni vrstni red opcij.*



**Slika 39. Slabosti ekoloških živil**

(odgovarjajo udeleženci, ki kupujejo živila, ampak ne kupujejo ekoloških živil vsaj enkrat na tri mesece; N = 236)

*Vprašanje: Kateri so glavni razlogi, da ne kupujete ekološko pridelanih živil?*

*Več možnih odgovorov (vsota presega 100 %). Naključni vrstni red opcij.*



Glavni razlog, zakaj neuporabniki ne kupujejo ekoloških živil, je previsoka cena, ki ji sledi pomanjkanje zaupanja. Približno četrtina tudi meni, da ni razlike v kakovosti in okusu v primerjavi z živilih klasične pridelave.

### 4.3.2 Mnenje o ponudbi (slovenskih) ekoloških živil

Potrošniki so opazili povečanje ponudbe ekoloških živil v zadnjih dveh letih in menijo, da se bo ta trend nadaljeval. Prav tako večina zaupa v njihovo kakovost in certifikate, s katerimi so označena. Manj se strinjajo z dostopnostjo ekoloških živil, predvsem ko gre za cenovno dostopnost.

**Slika 40. Ekološka živila nasploh**

(odgovarjajo udeleženci, ki kupujejo ekološka živila vsaj enkrat na tri mesece; N = 753)

*Vprašanje: Koliko se strinjate z naslednjimi trditvami o ponudbi ekoloških živil?*  
5-stopenjska lestvica. Naključni vrstni red odgovorov.



**Slika 41. Slovenska ekološka živila**

(odgovarjajo udeleženci, ki kupujejo ekološka živila vsaj enkrat na tri mesece; N = 753)

*Vprašanje: Koliko se strinjate z naslednjimi trditvami o ponudbi slovenskih ekoloških živil?*  
5-stopenjska lestvica. Naključni vrstni red odgovorov.



Percepcija slovenskih ekoloških živil se ne razlikuje bistveno od percepcije ekoloških živil v splošnem. Še največjo razliko je opaziti pri trditvi glede kakovosti, kjer se bolj strinjajo, da so ekološka živila dobre kakovosti, če so hkrati tudi slovenska.

## 4.4 Nakupni dejavniki – Ekološka pridelava v kontekstu z drugimi lastnostmi

### 4.4.1 Pomembnost dejavnikov, ki vplivajo na nakup živil

#### Opis metode maksimalnih razlik (MaxDiff)

Pomembnost dejavnikov, ki vplivajo na nakup živil, smo preverili z metodo maksimalnih razlik (MaxDiff) – metode za ocenjevanje pomembnosti oziroma vpliva posameznih lastnosti izdelka. Anketirancem predstavimo niz nalog; pri vsaki izberejo »najboljšo« in »najslabšo« lastnost – v našem primeru lastnost, ki najbolj in najmanj pritegne k nakupu. Na podlagi izbir se za vsako lastnost izračunajo preferenčne ocene. Višja preferenčna ocena pomeni večjo pomembnost. Indeks večji od 100 pomeni nadpovprečno pomembnost, indeks pod 100 pa podpovprečno.

Kontekst:

Ko kupujem živila, me najbolj/najmanj pritegne ...

1. nizka cena
2. akcijska ponudba
3. navedba kmetije, iz katere živilo izhaja
4. pridelano/vzrejeno v Sloveniji
5. ekološka pridelava
6. integrirana pridelava
7. oznaka višje kakovosti
8. privlačen videz
9. odsotnost aditivov (konzervansov, barvil ...)
10. dolg rok trajanja
11. lokalna pridelava/vzreja

Udeleženci so rešili šest nalog, pri vsaki so izbirali izmed štirih lastnosti.

Primer naloge:



#### Opis conjoint analize

Pomembnost dejavnikov, ki vplivajo na nakup živil, smo dodatno preverili s conjoint analizo. Pri tej se sestavijo opisi izdelkov z različnimi kombinacijami lastnosti. Respondenti tako ne ocenjujejo pomembnosti posameznih lastnosti posamično, ampak zgolj izbirajo izdelek, ki jim glede na opis bolj ustreza. Na podlagi njihovih izbir lahko pridobimo številne vpogleda:

- vpliv lastnosti izdelkov na nakupno intenco (kakšen delež izbire pojasni posamezna lastnost);
- vpliv vrste pridelave na nakupno intenco (razlika v preferenci med konvencionalno in ekološko pridelavo, če bi bili izdelki na voljo po enaki ceni);
- vpliv porekla na nakupno intenco (razlika v preferenci med izdelki s poreklom iz EU, Slovenije ali lokalnim poreklom, če bi bili izdelki na voljo po enaki ceni);
- cenovna premija ekoloških živil (koliko višja cena se lahko doseže glede na vrsto pridelave (ekološka, konvencionalna)? Ali na premijo vpliva poreklo živil (lokalno, slovensko, EU)?

Anketirani so odgovarjali za eno izmed naključno izbranih kategorij: zelenjava, sadje, meso. Vsak anketirani je rešil pet izbirnih nalog s štirimi »ponudbami« zelenjave/sadja/mesa.

**Kontekst:**

»Katero ponudbo bi izbrali, če bi kupovali zelenjavo/sadje/meso? Vse ponudbe vključujejo enako zelenjavo/sadje/meso po vašem izboru (npr. paprika, korenje, brokoli, cvetača ... /jabolka, hruške ... /perutnina, svinjina, govedina ...).«

**Vprašanje:**

»Predstavljajte si, da kupujete (kategorija izdelka). Pri nakupu imate na voljo različne ponudbe, ki se razlikujejo po:

- ceni,
- poreklu in
- načinu pridelave.

Pokazali vam bomo pet nalog. Izberete tisto ponudbo, ki bi jo izbrali, če bi res kupovali (kategorija izdelka).«

**Lastnosti, s katerimi so bili opisani izdelki:**

1. Pridelava
  - a. klasična pridelava oziroma vzreja
  - b. ekološka pridelava oziroma vzreja
2. Poreklo
  - a. lokalno pridelano
  - b. Slovenija
  - c. Evropska unija
3. Cena (v EUR)

|          | zelenjava | sadje | meso  |
|----------|-----------|-------|-------|
| a. 75 %  | 1,50      | 1,50  | 3,75  |
| b. 100 % | 2,00      | 2,00  | 5,00  |
| c. 125 % | 2,50      | 2,50  | 6,25  |
| d. 150 % | 3,00      | 3,00  | 7,50  |
| e. 175 % | 3,50      | 3,50  | 8,75  |
| f. 200 % | 4,00      | 4,00  | 10,00 |
| g. 225 % | 4,50      | 4,50  | 11,25 |

**Primeri prikaza naloge:**

**Katero ponudbo bi izbrali, če bi kupovali zelenjavo?**

Vse ponudbe vključujejo enako zelenjavo po vašem izboru (npr. paprika, korenje, brokoli, cvetača...).

Naloga (1 od 5)

|            | ponudba 1             | ponudba 2             | ponudba 3             | ponudba 4             |                                   |
|------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------------------|
| Pridelava: | klasična              | ekološka              | ekološka              | klasična              | v tem primeru ne bi izbral nobene |
| Poreklo:   | Evropska unija        | Lokalno pridelano     | Slovenija             | Lokalno pridelano     |                                   |
| Cena:      | 2,50 €/kg             | 4,00 €/kg             | 3,50 €/kg             | 2,00 €/kg             |                                   |
|            | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>             |

## Pomembnost nakupnih dejavnikov merjena z metodo MaxDiff

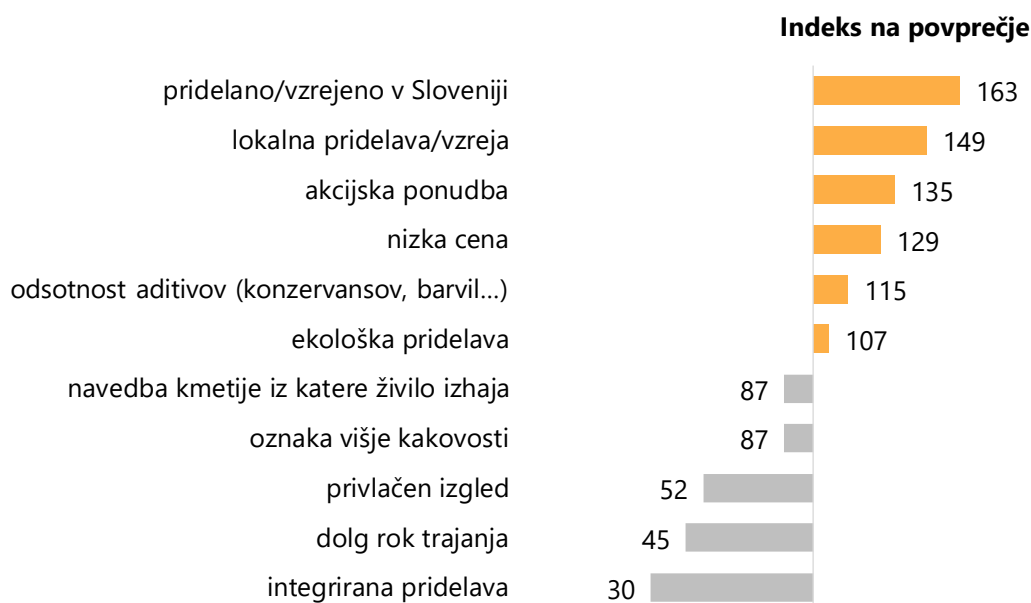
Potrošnike k nakupu najbolj pritegne slovensko oziroma lokalno poreklo, sledi cena, vključno z akcijo, nato pa odsotnost aditivov in ekološka pridelava. Indeks pri slednji je nad povprečjem.

Najmanj k nakupu pritegnejo integrirana pridelava, dolg rok trajanja in privlačen videz.

### Slika 42. Hierarhija lastnosti

(odgovarjajo udeleženci, ki kupujejo živila vsaj na mesečni ravni; N = 989)

*Vprašanje: Katere lastnosti živil so za vas najpomembnejše, ko kupujete živila v trgovini? Pokazali vam bomo šest sklopov s štirimi lastnostmi, vi pa boste vsakič povedali, katera bi vas najbolj spodbudila k nakupu in katera najmanj oziroma bi vas najbolj odvrnila. Ko kupujem živila, me najbolj/najmanj pritegne ...*



*Indeks na povprečje izraža pomembnost trditve v primerjavi s povprečno pomembnostjo vseh trditve.  
Indeks > 100 ... trditev je nadpovprečno pomembna  
Indeks < 100 ... trditev je podpovprečno pomembna*

## Pomembnost nakupnih dejavnikov merjena s conjoint analizo

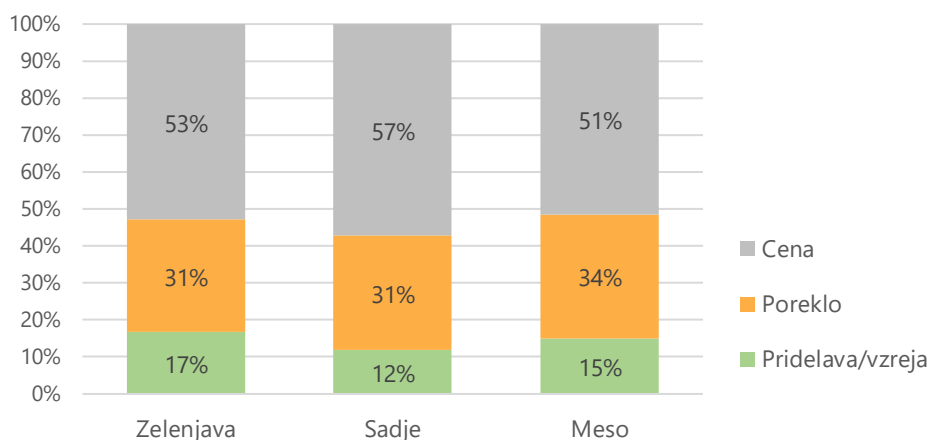
Pri odločanju med celostnimi ponodbami živil (zelenjave, sadja in mesa) je hierarhija dejavnikov nekoliko drugačna kot na deklarativni ravni.

Pri vseh kategorijah lahko večino nakupne odločitve (nekoliko več kot polovico) pojasnimo z variacijo v ceni različnih izdelkov. Sledi poreklo (razlika med lokalnim, slovenskim in EU), ki pojasni približno tretjino nakupnih odločitev pri vseh kategorijah, najmanjšo težo pri izbiranju izdelkov pa so potrošniki dajali razliki v pridelavi oziroma vzreji (klasična oziroma ekološka).

### Slika 43. Delež pojasnjene nakupne odločitve

(odgovarjajo udeleženci, ki kupujejo živila vsaj na mesečni ravni; N = 989)

Vsak anketirani je reševal conjoint analizo za eno kategorijo, ki jo kupuje.



### Preferenca za živila različne pridelave pri različnih poreklh

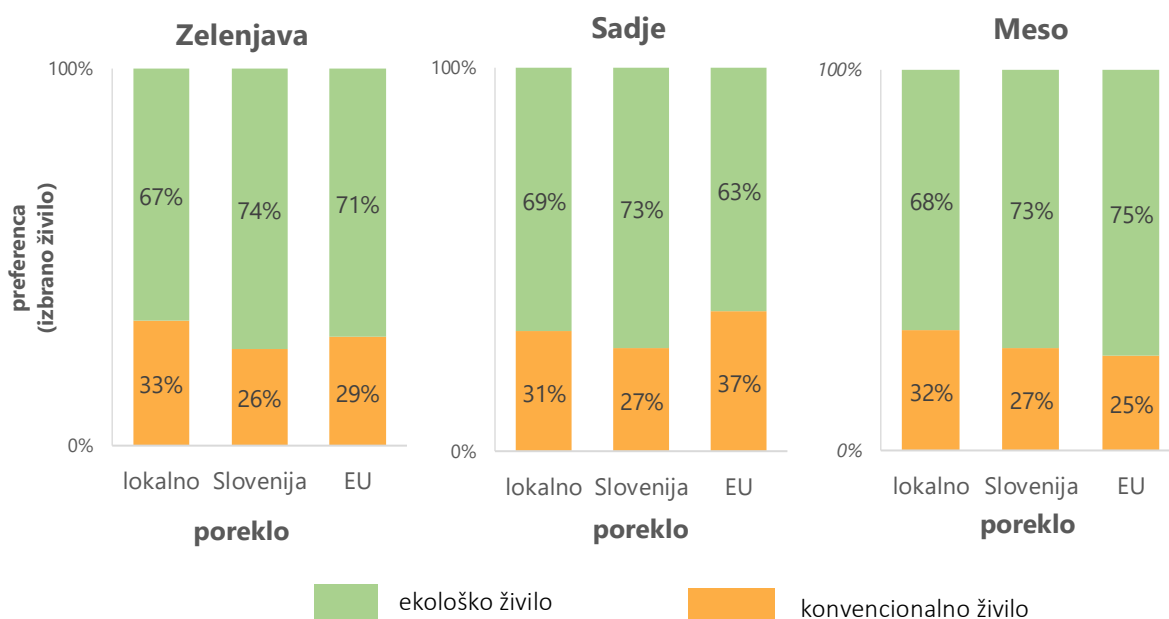
Če ima potrošnik na voljo ekološko živilo in živilo iz klasične pridelave po enaki ceni, ima ekološko živilo bistveno višjo preferenco kot konvencionalno. To velja ne glede na kategorijo (zelenjava, sadje, meso) ali poreklo (lokalno, slovensko, EU).

Načeloma je razlika med ekološkim in klasičnim živilom najmanjša pri lokalnem poreklu, saj slednje že samo po sebi zbuja večje zaupanje pri potrošnikih.

Manjšo razliko med ekološkimi in klasičnimi živilami lahko vidimo tudi pri sadju iz EU, kar je lahko posledica splošnega manjšega zaupanja izdelkom zunaj Slovenije – tudi ekološkimi. Tega ne zaznamo pri mesu, kar je lahko posledica večje občutljivosti zaradi odmevnih afer (npr. poljska »govedina«, ki to ni bila).

### Slika 44. Ekološko vs. konvencionalno živilo po isti ceni

(odgovarjajo udeleženci, ki kupujejo živila vsaj na mesečni ravni; N = 989)





## Preferenca za živila različne pridelave slovenskega porekla

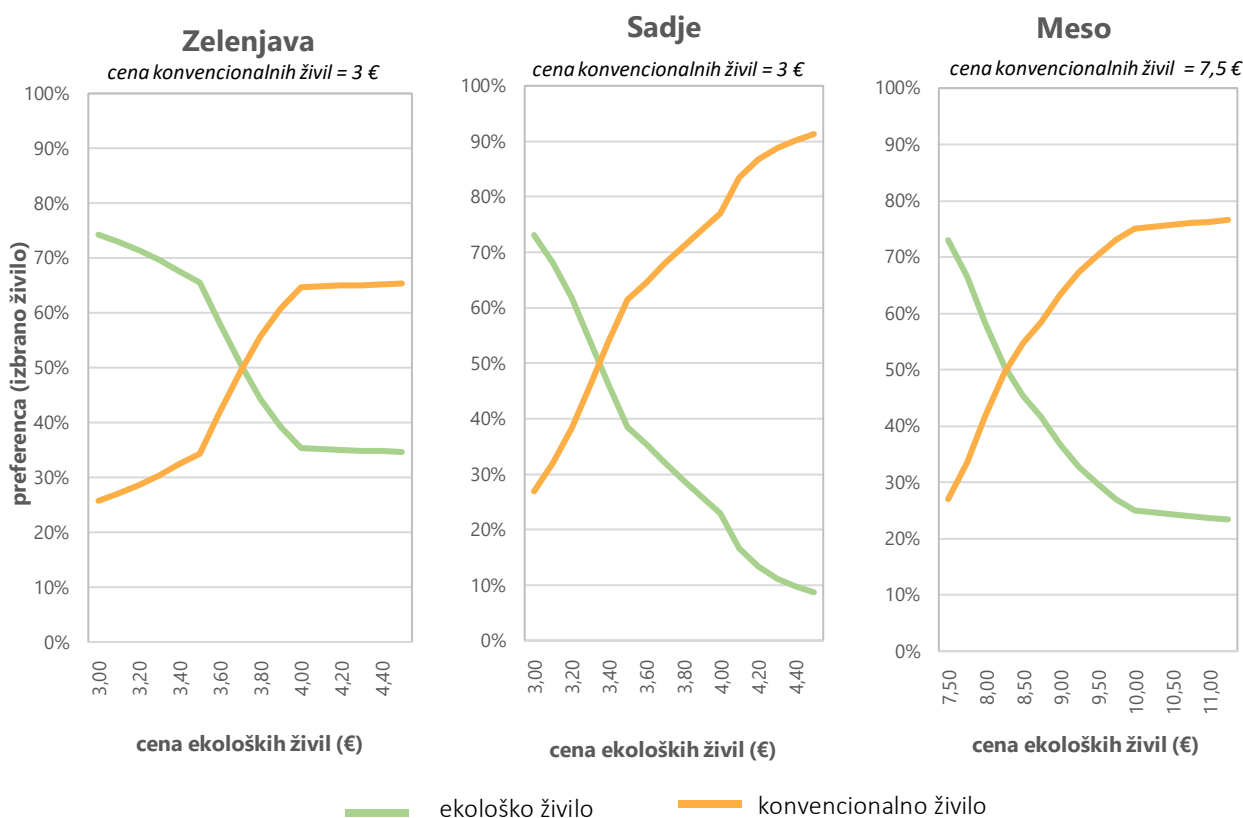
Preverjali smo tudi, kako se preferenca za nakup spreminja glede na razliko v ceni med ekološkim in konvencionalnim živilom (pri tem smo predvidevali, da gre za slovensko poreklo).

Krivulje cenovne elastičnosti kažejo, kako se spreminja oziroma upada preferenca za ekološka živila z večanjem razlike v ceni. Najmočnejša težnja po nakupu ekoloških živil je razvidna pri zelenjavi. Tudi pri najvišji ceni jih 35 % bolj preferira ekološka živila. Pri mesu je takih le približno 25 %. Pri sadju pa višanje cene ves čas počasi odvrča kupce od ekoloških živil h konvencionalnim.

### Slika 45. Ekološka vs konvencionalna pridelava – cenovna občutljivost

(odgovarjajo udeleženci, ki kupujejo živila vsaj na mesečni ravni; N = 989)

Vsak anketirani je reševal conjoint analizo za eno kategorijo, ki jo kupuje.

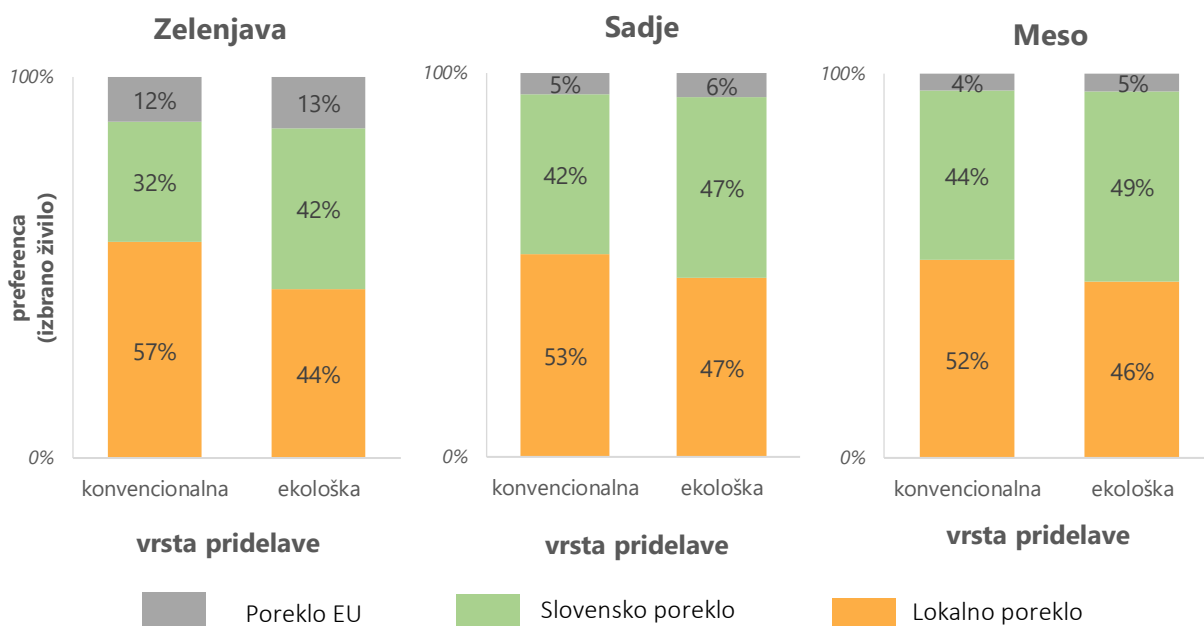


## Preferenca za živila različnega porekla pri različnih vrstah pridelave

Ko ima potrošnik na voljo ekološka živila z različnim poreklom pridelave, kaže, da je slovensko in lokalno poreklo tako rekoč enako preferirano. Ko govorimo o živilih konvencionalne pridelave, pa je lokalno poreklo nekoliko bolj zaželeno kot slovensko, torej lokalno poreklo vsebuje dodatno obljubo kakovosti. Ko gre za ekološko pridelavo, pa je ta dimenzija odveč – dovolj je, da je živilo pridelano v Sloveniji.

**Slika 46. Slovensko ali lokalno poreklo vs. tujina po isti ceni**

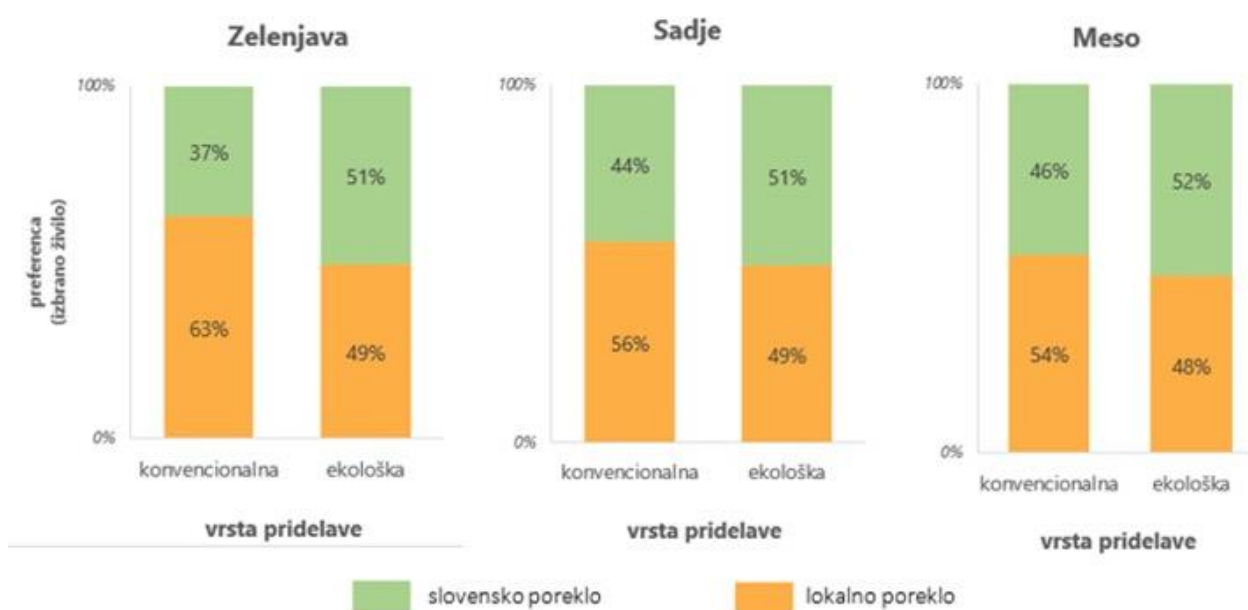
(odgovarjajo udeleženci, ki kupujejo živila vsaj na mesečni ravni; N = 989)  
Vsak anketirani je reševal conjoint analizo za eno kategorijo, ki jo kupuje.



Razliko med lokalnim in slovenskim poreklom si bomo pogledali še podrobneje. Živila iz konvencionalne pridelave/vzreje so bolj preferirana, če imajo lokalno poreklo, pri ekoloških živilih pa je vseeno, ali imajo lokalno oziroma slovensko poreklo. Kaže se celo tendenca po tem, da je pri ekoloških živilih slovensko poreklo pred lokalnim, kar lahko pojasnimo s povezovanjem lokalnega porekla in lokalnih, malih kmetov, kjer je kontrola pridelave (morda) nekoliko manjša.

**Slika 47. Slovensko ali lokalno poreklo po isti ceni**

(odgovarjajo udeleženci, ki kupujejo živila vsaj na mesečni ravni; N = 989)  
Vsak anketirani je reševal conjoint analizo za eno kategorijo, ki jo kupuje.



## 4.5 Cenovna premija ekoloških in lokalnih živil

Cenovna premija pozicijskih obljub je izražena kot **cena, pri kateri ima ekološko živilo enako preferenco kot živilo iz konvencionalne pridelave/vzreje.**

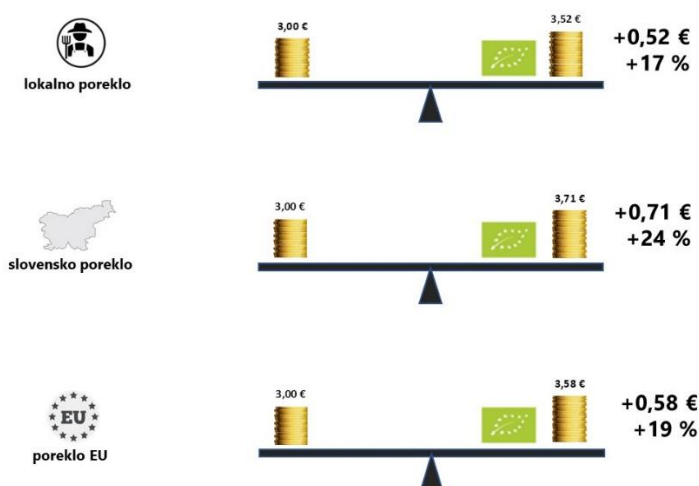
Ker smo preverili tudi morebitno interakcijo med pridelavo in poreklom, so vse cenovne premije izražene za živila različnega porekla: lokalna, slovenska in iz tujine (EU).

### 4.5.1 Cenovna premija ekoloških živil

Cenovna premija za ekološko zelenjavo je od 17 % (pri lokalnem poreklu) do 24 % (pri slovenskem poreklu) višja kot cena za živila iz konvencionalne pridelave (upoštevati je treba, da je imel v raziskovalni situaciji potrošnik na voljo jasno izpostavljene cene in možnost neposredne primerjave; v dejanski nakupni situaciji pogosto ni te možnosti).

**Slika 48. Cenovna premija zelenjave**

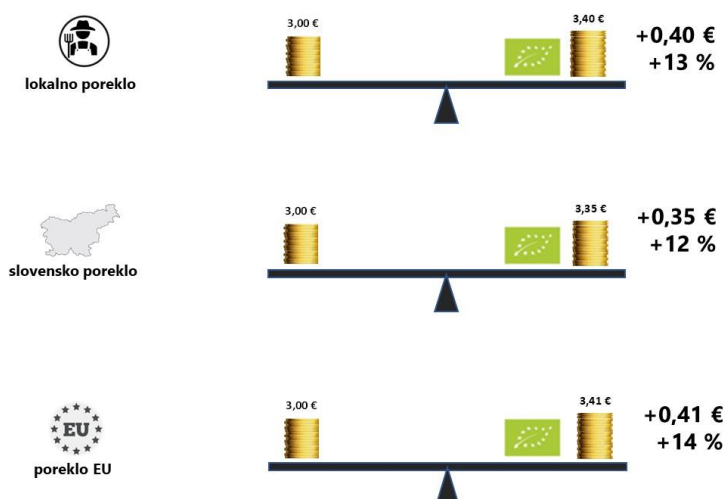
(odgovarjajo udeleženci, ki kupujejo živila vsaj na mesečni ravni in kupujejo zelenjavo; N = 318)



Cenovna premija za ekološko sadje je nekoliko nižja – približno 12 % (pri slovenskem poreklu) do 14 % (pri poreklu iz tujine) višja kot cena za živila iz konvencionalne pridelave.

**Slika 49. Cenovna premija sadja**

(odgovarjajo udeleženci, ki kupujejo živila vsaj na mesečni ravni in kupujejo sadje; N = 338)

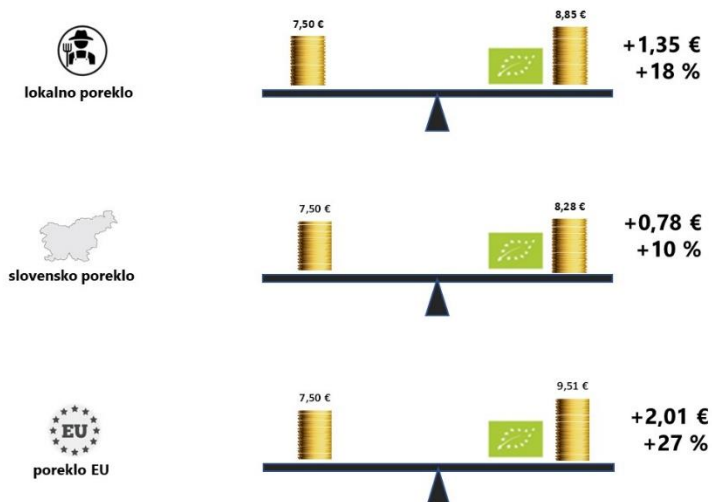


Pri mesu so cenovne premije spet nekoliko višje. Najvišjo cenovno premijo ima ekološko meso iz EU (v primerjavi s konvencionalnim) – ta znaša 27 %.

Cenovna premija ekološkega lokalnega mesa je 18 %, slovenskega pa 10 %.

### Slika 50. Cenovna premija mesa

(odgovarjajo udeleženci, ki kupujejo živila vsaj na mesečni ravni in kupujejo meso; N = 333)

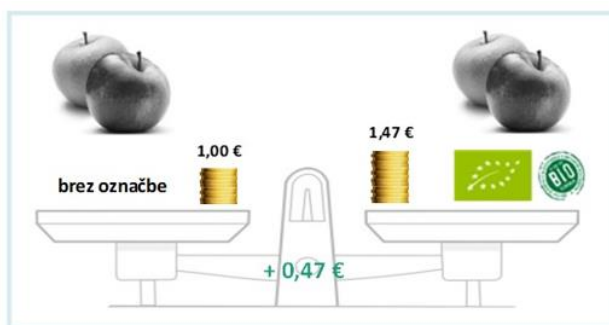


### Primerjava s preteklostjo

Raziskave kažejo, da se je cenovna premija ekoloških živil zmanjšala. Razlogi za to so večplastni: uporabniki navajajo perceptivno povečanje ponudbe ekoloških živil v primerjavi s preteklostjo, hkrati pa se je t. i. osnovna cena (baseline) za vse kategorije višja – v pričujoči raziskavi smo uporabili povprečno ceno 3 EUR za kilogram sadja in zelenjave ter 7,5 EUR za kilogram mesa, v prejšnjih raziskavah pa so bile te cene nižje.

### Slika 51. Cenovna premija sadja v letu 2017\*

\*Vir: Vpogled v kategorijo sadja, Aragon, 2017, Naročnik: KPMG, javno objavljeni rezultati.



Vsi izdelki imajo slovensko poreklo

### Slika 52. Cenovna premija kategorij leta 2019\*

\*Vir: Eko ponudba, povpraševanje in potrošnja, 2019, Naročnik: KPMG, javno objavljeni rezultati.



## 4.6 Odnos do prehranjevanja in nakupovanja živil

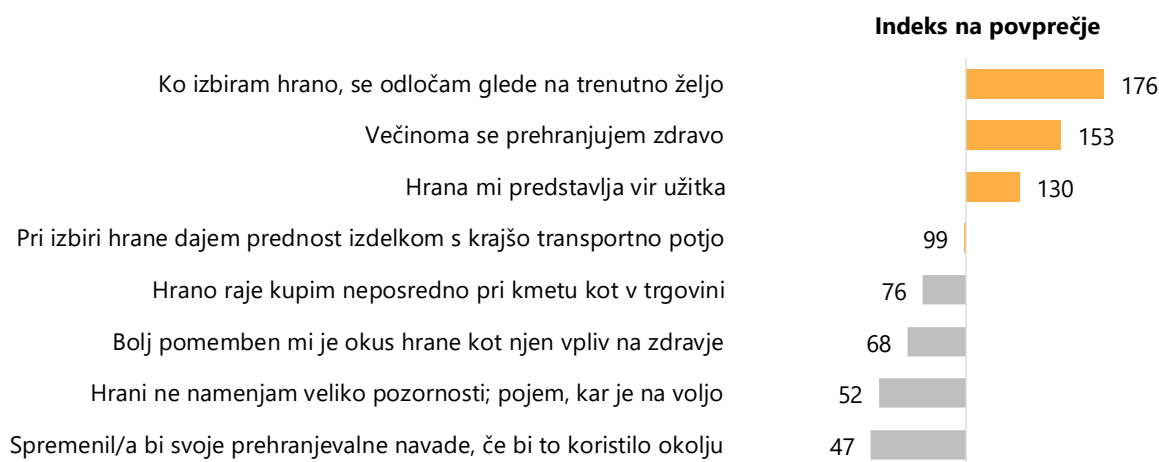
Pri prehranjevanju so najbolj izražene hedonistične lastnosti – izbiranje hrane glede na trenutne preference, sledijo zdrave izbire, kar kaže na uravnoteženost med užitkom in zdravjem. Najmanj je izražena pripravljenost za spremembo prehranjevanja zaradi pozitivnega učinka na okolje.

Hierarhija motivov, ki posameznike vodijo pri prehranjevanju, je bila izmerjena z metodo MaxDiff (udeleženci so rešili 5 nalog s štirimi trditvami).

**Slika 53. Odnos do prehranjevanja**

(odgovarjajo odločevalci in soodločevalci za nakup živil v gospodinjstvu; N = 1.001)

*Vprašanje: Za začetek vam bomo predstavili nekaj trditev o prehrani v različnih kombinacijah. Vaša naloga bo, da vsakič izberete tisto, ki vas najbolj opisuje.*



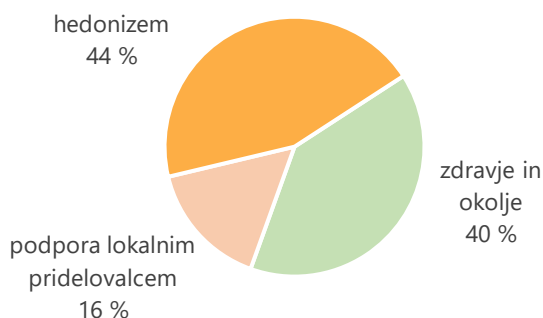
*Indeks na povprečje izraža pomembnost trditve v primerjavi s povprečno pomembnostjo vseh trditev. Indeks > 100 ... trditev je nadpovprečno pomembna; Indeks < 100 ... trditev je podpovprečno pomembna*

### 4.6.1 Skupine uporabnikov glede na odnos do prehranjevanja

Anketirane lahko razdelimo v tri skupine glede na glavni motiv pri prehranjevanju: hedonizem (44 %), zdravje in okolje (40 %) ter podpora lokalnim pridelovalcem hrane (16 %).

**Slika 54. Skupine glede na dominantni motiv prehranjevanja**

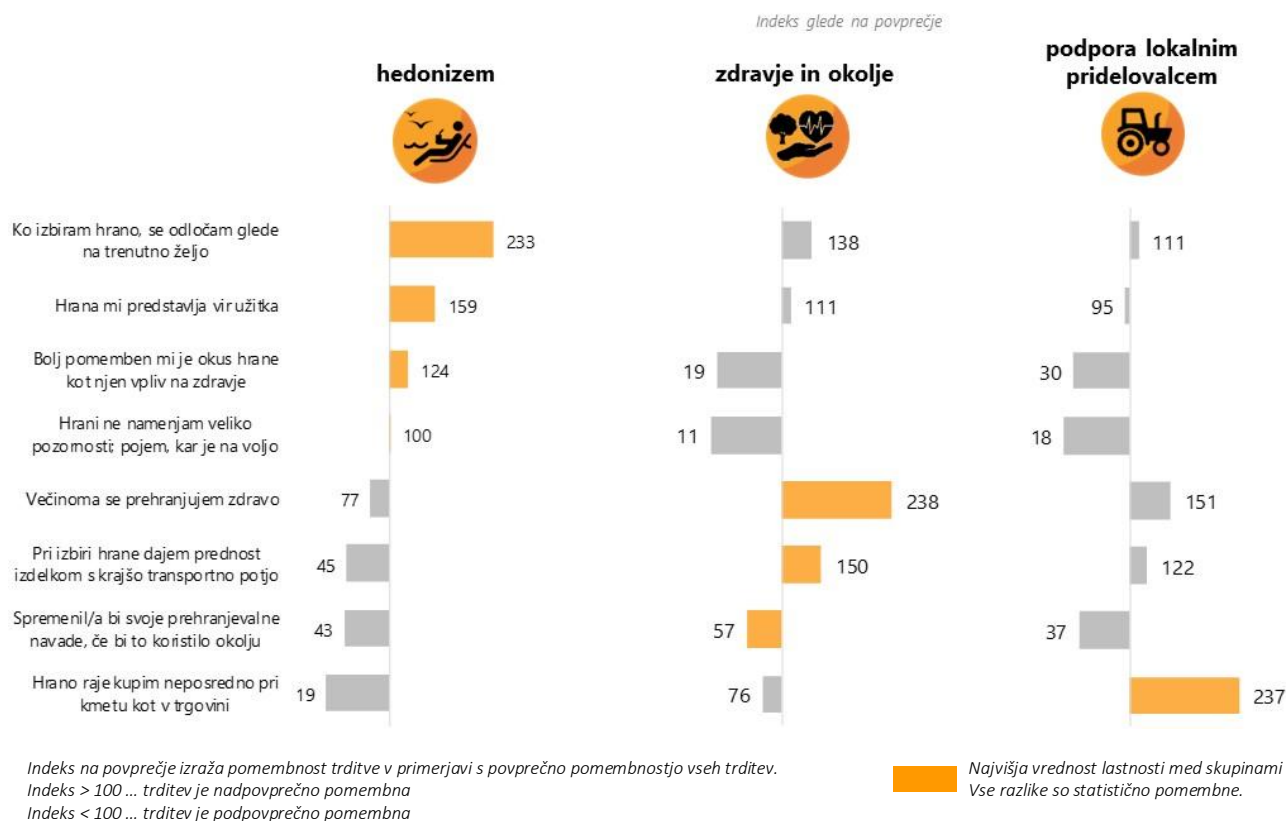
(odgovarjajo odločevalci in soodločevalci za nakup živil v gospodinjstvu; N = 1.001)



## Slika 55. Skupine glede na dominantni motiv prehranjevanja

(odgovarjajo odločevalci in soodločevalci za nakup živil v gospodinjstvu; N = 1.001)

Vprašanje: Katera od spodnjih trditev vas najbolj opisuje? Maxdiff naloge



Prehranjevalni motivi pomembno vplivajo na izbiro ekoloških živil.

Potrošniki iz segmenta »hedonizem« po ekoloških živilih posegajo najmanj in porabijo najmanj. To velja za vse kategorije živil.

Potrošniki iz segmentov »zdravje in okolje« ter »podpora lokalnim pridelovalcem« v večji meri menijo, da so ekološka živila dobre kakovosti. Iz segmenta »podpora lokalnim pridelovalcem« kot prednost ekoloških živil navajajo predvsem dober okus. Potrošniki iz segmenta »zdravje in okolje« pa ekološka živila kupujejo bolj zaradi vpliva na zdravje, zaradi višje kakovosti ter boljše kontrole pridelave.

Za nakup ekoloških živil so torej bolj dojemljivi tisti potrošniki, ki jih pri izbiri živil ne vodi predvsem lastni užitek, ampak tudi odgovornost – do lastnega zdravja, okolja, družbe. Za spodbujanje k nakupu ekoloških živil bi bilo torej potrebno ozaveščanje, kakšen je doprinos ekološke pridelave ter nakupovanja in uživanja ekoloških živil na vse omenjene vidike – zdravje, okolje, družbo.

## **SKLOP 3:**

### **ANALIZA UVOZA IN IZVOZA Z EKOLOŠKIMI ŽIVILI**

# 1 UVOZ EKOLOŠKIH ŽIVIL

## 1.1 METODOLOGIJA

Podatke o uvozu ekoloških živil (iz tretjih držav) smo pridobili iz Finančne uprave Republike Slovenije (FURS). Pri naši analizi smo iz podatkov FURS izločili živalsko krmo in se osredotočili le na živila.

Podatki na ravni uvoza v Slovenijo se zbirajo na dveh nivojih, in sicer:

- za uvoz blaga, katerega namembna država je Slovenija, kar pomeni, da je uvoznik registriran v Sloveniji in je plačal vse potrebne dajatve (carina, DDV) in
- za uvoz blaga, ki pa je namenjen (neposredno) v druge države članice EU.

Pri tem je treba dodati, da pri uvozu živil, katerih namembna država je Slovenija, ni nujno, da se ta živila tudi dejansko sprostijo v prodajo v Sloveniji oziroma ta živila lahko končajo tudi na trgu v drugi državi članici.

## 1.2 REZULTATI

Količina skupnega uvoza ekoloških živil v zadnjih letih pada, vrednost le-tega pa (od leta 2018) narašča. Uvoz ekoloških živil, katerih namembna država je Slovenija, pa od leta 2018 narašča, tako količinsko kot vrednostno.

Izstopa predvsem leto 2016, v katerem je bil uvoz največji tako pri živilih, katerih namembna država je Slovenija, kot tudi pri živilih, namenjenih v druge države članice EU. Upad v naslednjih letih lahko povezujemo tudi s tem, da je bilo leta 2016 veliko uvoza tudi iz Rusije (pšenica, sončnično seme), v naslednjih letih pa uvoza ekoloških živil iz te države praktično ni več beleženega.

Tabela 3. Vrednost in količina uvoza ekoloških živil v Slovenijo, v letih 2016-2020

|  | 2016     | 2017     | 2018     | 2019     | 2020     |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|
| <b>Vrednost celotnega uvoza v EUR</b>            | 36.6 mio | 31.4 mio | 29.6 mio | 33 mio   | 36.8 mio |
| <b>Količina celotnega uvoza v kg</b>             | 29.7 mio | 23.2 mio | 20.3 mio | 19.4 mio | 19.3 mio |
| <b>Vrednost uvoza, namembna država SLO v EUR</b> | 7.9 mio  | 5.6 mio  | 4.9 mio  | 6.8 mio  | 8.0 mio  |
| <b>Količina uvoza, namembna država SLO v kg</b>  | 12.1 mio | 3.2 mio  | 3.4 mio  | 4.3 mio  | 5.4 mio  |

Vir: FURS.



V Slovenijo največ, okoli 60 % celotnega uvoza ekoloških živil (podatek za leto 2020), prihaja iz Turčije, Izraela in Srbije. Največ uvoza v zadnjih letih je iz Turčije, uvoz iz Izraela in Srbije pa v zadnjih letih upada.

V primeru, da upoštevamo uvoz predvidoma namenjen le za Slovenijo, pa so bile v leto 2020 glavne države uvoznice Filipini (kokosovo olje), Ekvador (banane), Izrael (zelenjava) in Tunizija (rožmarin, za uporabo v proizvodnji za ekstrakcijo). Se pa značilnosti tega uvoza (po letih) zelo spreminjajo. Tako je bilo na primer v letu 2016 iz Srbije uvoženih za okoli 1.4 mio kg jabolk in hrušk za predelavo, v naslednjih letih pa tovrstnega uvoza praktično ni bilo več. Prav tako se je celoten uvoz iz Srbije zelo zmanjšal. Banan je bilo v letu 2020 uvoženih za okoli 0.6 mio kg, v letu 2019 pa le za dobrih 105.000 kg.

**Tabela 4. Vrednost in količina celotnega uvoza ekoloških živil v Slovenijo iz treh največjih uvoznic (Izrael, Turčija in Srbija) v letih 2016–2020<sup>6</sup>**

|                | 2016         | 2017         | 2018         | 2019         | 2020         |
|----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>Izrael</b>  | 8.8 mio kg   | 11.6 mio kg  | 6.7 mio kg   | 6.3 mio kg   | 2.9 mio kg   |
|                | 15.4 mio EUR | 15.4 mio EUR | 9.1 mio EUR  | 6.7 mio EUR  | 3.9 mio EUR  |
| <b>Turčija</b> | 8.8 mio kg   | 4.3 mio kg   | 4.2 mio kg   | 5.3 mio kg   | 6.8 mio kg   |
|                | 13.9 mio EUR | 9.7 mio EUR  | 12.3 mio EUR | 13.5 mio EUR | 18.7 mio EUR |
| <b>Srbija</b>  | 1.7 mio kg   | 5.6 mio kg   | 6.8 mio kg   | 3.1 mio kg   | 2.1 mio kg   |
|                | 0.7 mio EUR  | 3.1 mio EUR  | 3.4 mio EUR  | 4.5 mio EUR  | 2.8 mio EUR  |

Vir: FURS.

Pregled po vrstah celotnega uvoza ekoloških živil (za leto 2020) pokaže, da se skupaj največ uvozi jabolčnega soka (Turčija), in sicer za okoli 4.5 mio kg. Sledi sveža zelenjava (zlasti iz Izraela) z okoli 3.3 mio kg, pri tem gre zlasti za paprike, v manjših količinah pa tudi za (mladi) krompir, čebulo, korenje, česen, jajčevce, kumare, sladki krompir in paradižnik. Paste iz lešnikov se uvozi za slabih 1.4 mio kg, kokosovega olja in žit, zlasti pšenice, za okoli 1.3 mio kg, zamrznjenega sadja za okoli 1.2 mio kg, za dobrih 1 mio kg pa banan, ki v celoti prihajajo iz Ekvadorja, ter trsnega sladkorja, ki prihaja iz Paragvaja in Brazilije.

V primeru, da upoštevamo uvoz predvidoma namenjen le za Slovenijo, se je v letu 2020 največ uvozilo kokosovega olja (okoli 1.3 mio kg), zelenjave (okoli 1 mio kg), rožmarina, za uporabo v proizvodnji za ekstrakcijo (okoli 0.7 mio kg) ter banan (okoli 0.6 mio kg).

<sup>6</sup> Vrednost in količina celotnega uvoza v Slovenijo (ne glede na namembnost države).

## 2 IZVOZ EKOLOŠKIH ŽIVIL

### 2.1 METODOLOGIJA

Za analizo izvoza ekoloških živil v tretje države ni bilo na voljo nobenih sekundarnih podatkov, čeprav izvozniki o obsegu in vrednosti izvoza poročajo različnim državnim organom (npr. FURS). Namreč organi podatkov o ekoloških živilih ne vodijo ločeno, ampak jih združijo z drugimi živilii.

Za analizo izvoza ekoloških živil je bilo tako potrebno izvesti posebno raziskavo. Pri tem smo že v začetku naleteli na oviro, saj smo ugotovili, da ni na voljo zbranega seznama izvoznikov. Zato smo ga poskušali pridobiti od kontrolnih organizacij, vendar se je izkazalo, da nimajo popolnih evidenc, katere njihove stranke izvažajo ekološka živila.

Za izvoznike smo pripravili spletno anketo, v kateri nas je zanimalo, katera ekološka živila izvažajo, kam izvažajo in vrednost izvoza za zadnjih pet let. Začetni vzorec so predstavljali tisti proizvajalci, za katere so kontrolne organizacije ocenile, da izvažajo ekološka živila. Ker se je med raziskavo pokazalo, da je izvoznikov več, kot to ocenjujejo kontrolne organizacije, in ker smo ugotovili, da gre v veliki večini za vinarje, smo dodatno sami pripravili bazo vinarjev, za katere smo na podlagi podatkov o obsegu pridelave (MKGP) in pregledu spletnih strani ocenili, da so potencialni izvozniki. Tako smo prišli do ocene, da je takih vinarjev skupaj 26, od tega jih šest ni želelo sodelovati. Skupaj smo tako opravili anketo s 27 izvozniki, ki so v zadnjih petih letih ustvarili promet od izvoza, od tega z 20 vinarji.

### 2.2 REZULTATI

Leta 2021 je največji delež izvoza odpadel na vina (65 %) in rožmarinov ekstrakt za živilsko industrijo (30 %). V manjšem obsegu slovenski izvozniki izvažajo še sokove, otroško hrano, kokosovo olje, oljčno olje in testenine.

Tabela 5. Lokacije izvoza po posameznih ekoloških živilih

| Ekološko živilo         | Lokacije izvoza  |
|-------------------------|--|
| Vino                    | Japonska, Indija, Kitajska, Koreja, Rusija, Kanada, ZDA, VB, Tajska, Avstralija, Izrael, Islandija, Švica, Srbija, Črna gora |
| Sok aronije             | ZDA  |
| Rožmarinov ekstrakt     | ZDA, Kanada, Avstralija, Izrael  |
| Otroška hrana in sokovi | BiH, Severna Makedonija, Srbija, Črna Gora, Kosovo   |
| Testenine               | VB   |
| Kokosovo olje           | ZDA, VB, Srbija  |
| Oljčno olje             | ni podatka   |

Vrednost izvoza smo izračunali na podlagi pridobljenih podatkov anketiranja. Izvoz ekoloških živil se je v obdobju 2017–2021 povečal za več kot 300 %.

Glede na to, da nekaj (vinarjev) izvoznikov ni želelo sodelovati pri raziskavi, dodajamo opombo, da so bile dejanske vrednosti izvoza (verjetno) še nekoliko višje, kot je to navedeno v tabeli. Za leto 2021 tako ocenjujemo, da je vrednost izvoza skupaj znašala okoli 2 mio EUR.

**Tabela 6. Vrednost izvoza ekoloških živil in letne rasti za obdobje 2017–2021<sup>7</sup>**

|                              | <b>2017</b> | <b>2018</b> | <b>2019</b> | <b>2020</b> | <b>2021</b> |
|------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Vrednost v EUR</b>        | 0.4 mio     | 0.6 mio     | 1 mio       | 1 mio       | 1.7 mio     |
| <b>Letna rast izvoza v %</b> | /           | 74          | 55          | 3           | 65          |

---

<sup>7</sup> Glede na pridobljene podatke s pomočjo anketiranja izvoznikov ekoloških živil.

## **SKLOP 4:**

### **ANALIZA CEN IN CENOVNIH TRENDOV**

## **1 UVOD**

V 4. sklopu je predstavljena analiza cen in cenovnih trendov, pri čemer smo cene ekološko in konvencionalno pridelanih živil primerjali tudi s podatki Statističnega urada Republike Slovenije (za leto 2021), ki zbira podatke o povprečni drobnoprodajni ceni izdelkov in storitev (podatke smo v določenem delu analize primerjali tudi z leti 2018, 2019, 2020 in 2021, da smo lahko ob tem spremljali časovne trende), nadalje pa smo pripravili analizo cen ekološko in konvencionalno pridelanih živil glede na prodajo po različnih distribucijskih kanalih, preko katerih se v Sloveniji ekološka živila najpogosteje prodajajo.

Primerljiva analiza je bila leta 2010 opravljena v sklopu projekta v okviru ciljnega raziskovalnega programa (CRP) Konkurenčnost Slovenije 2006–2013 (Slabe in sod., 2010), le da smo v sedanjih analizi ob koncu dodali še večji poudarek na analizi distribucijskih kanalov.

Predvsem zaradi epidemije bolezni covid se je v zadnjem obdobju povečala prodaja živil v spletnih prodajalnah, pri čemer gre za specifiko, da lahko izbrana živila naknadno prevzamemo na zbirnem mestu ali pa ti trgovci oziroma posredniki pri tem uredijo dostavo na dom.

## **2 POVZETEK GLAVNIH UGOTOVITEV**

Cene ekološko pridelanih živil so bile v letu 2010 v povprečju za 87 % višje od cen konvencionalno pridelanih živil (Slabe in sod., 2010), v letu 2021 pa so bile višje le še za dobrih 65 %. Prav tako se tudi posamezne cenovne premije po kategorijah živil, izračunanih glede na popis cen živil iz leta 2021, razlikujejo glede na opravljeno analizo iz leta 2010.

V zadnjem obdobju smo priča višanju cen energentov, številnih surovin, embalaže, ob tem tudi delovne sile. Posledično se draži hrana, kar najbolj občutijo ravno potrošniki. Po napovedih analitikov naj bi se v prihodnje cene še dvigovale. Predvsem se napovedujejo višanja cen mesa, mleka in mlečnih izdelkov, navsezadnje pa smo v zadnjih letih priča nestanovitnim vremenskih razmeram (pozebam, sušam, hudim neurjem), kar posledično prinaša spremembe v cenah sadja, zelenjave in številnih pijač. Ravno zato priporočamo ponovitev popisa cen in izračun indeksa med ekološko in konvencionalno pridelanimi živilami v dveh letih, saj smo prepričani, da bomo ob tem pridobili pomembne in pomenljive rezultate.

### 3 METODOLOGIJA

V nadaljevanju je predstavljen način zbiranja cen.

#### 3.1 Časovno obdobje popisovanja cen

Cene ekoloških in konvencionalnih pridelkov smo zbirali od 25. 10. do 14. 11. 2021.

#### 3.2 Seznam artiklov

V popis smo vključili 79 artiklov, ki smo jih po sklopih porazdelili v 10 kategorij.

V kategorije smo vključili sledeče artikle:

| Kategorija                  | Število artiklov | Seznam artiklov   |
|-----------------------------|------------------|---|
| SADJE                       | 11               | banane, fige, belo in rdeče grozdje, hruške, jabolka, jagode, kivi, limone, pomaranče in kaki   |
| ZELENJAVA                   | 30               | blitva, brokoli, bučke, cvetača, čebula, česen, fižol v zrnju in fižol v stroku, jajčevci, koleraba, korenje, krompir, kumare, paprika, paradižnik, por, radič, rdeča pesa, redkev, solata, zelje, rdeče zelje, repa, zelena (stebelni del in gomolj), buče hokaido, ohrovt, špinača, motovilec in sladki krompir |
| MLEVSKI IN PEKOVSKI IZDELKI | 13               | ajdova moka, ajdova kaša, koruzni zdrob, ovseni kosmiči, pirina moka, pirino zrnje, pirin kruh, pirine testenine, pšenična moka, pšenični kruh, pšenične testenine, prosena kaša in konopljina moka   |
| MLEČNI IZDELKI              | 6                | polnomastno kravje mleko, jogurt iz kravjega mleka, skuta iz kravjega mleka, kozje mleko, kravji sir, kefir   |
| OLJA IN KISI                | 4                | bučno olje, oljčno olje, jabolčni kis, vinski kis   |
| JAJCA                       | 1                | škatla 10 jajc  |
| MED                         | 2                | gozdni med, cvetlični med   |
| PIJAČE                      | 5                | jabolčni sok, sirup, slivovica, refošk, cviček  |
| MESO IN MESNI IZDELKI       | 4                | goveje mleto meso, teletina, piščanec, domača salama  |
| RIBE IN ŠKOLJKE             | 3                | klapavice, orada, dimljeni losos  |

### 3.3 Lokacije popisovanja cen

Cene smo popisovali:

- na tržnicah (na mariborski ter ljubljanski), pri čemer smo podatke dopolnili s cenami pridelkov na slovenskih tržnicah, objavljenimi v Kmečkem glasu 3. novembra 2021, leto LXXVIII in številko 44 ter 10. novembra 2021, leto LXXVIII in številko 45;
- v trgovinah večjih trgovcev (Interspar, Mercator);
- v diskontnih trgovinah (Lidl, Hofer);
- v specializiranih trgovinah (Kalček, Vita Care);
- spletnih trgovinah (Zeleni zabojček, Gajbica)

## 4 REZULTATI

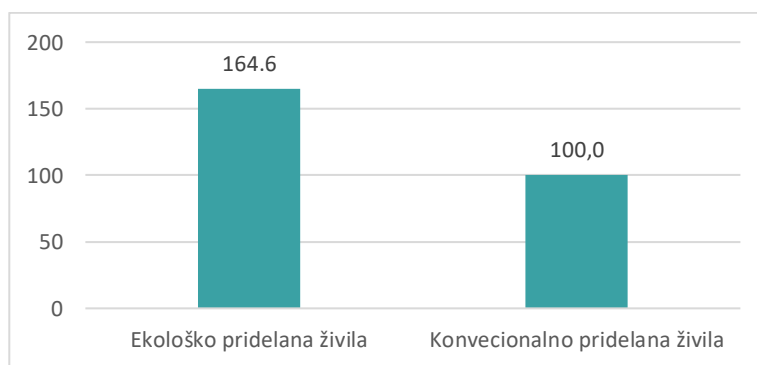
### 4.1 SPLOŠNE CENE

Cena ekološko pridelanih živil je v Sloveniji leta 2021 v povprečju za 64,6 % višja od cene konvencionalno pridelanih živil oziroma cena ekološko pridelanih živil v Sloveniji v letu 2021 pomeni za 145,6 % višjo ceno, kot je bila v letu 2018 povprečna drobnoprodajna cena izdelkov, ki jih v svoja merjenja zaobjame Statistični urad Republike Slovenije, ali za 143,5 % višja v primerjavi z letom 2019, ali pa 129,7 % v primerjavi s povprečno drobnoprodajno ceno izdelkov v letu 2020, oziroma za 124,9 % v primerjavi s povprečno drobnoprodajno ceno izdelkov v letu 2021.

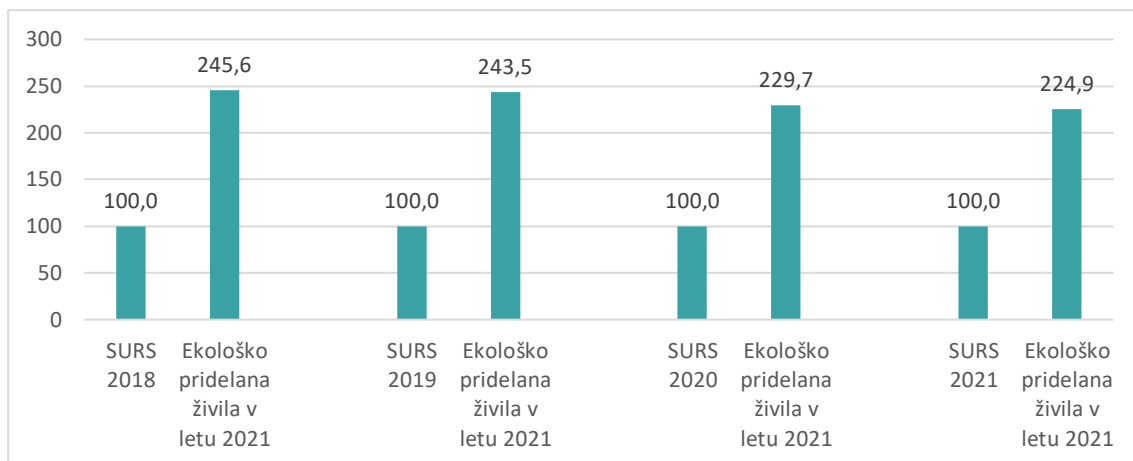
Pri nadaljnjih analizah bomo upoštevali le podatke in primerjavo s povprečnimi drobnoprodajnimi cenami izdelkov iz leta 2021, saj zaradi drugih vplivov (npr. inflacije ipd.) primerjava z leti 2020, 2019 in 2018 ni najbolj ustrezna.

Ob tem je treba poudariti, da Statistični urad Republike Slovenije v zajemu cen, ki jih pridobiva za izračun povprečnih drobnoprodajnih cen izdelkov, ne ločuje med konvencionalno in ekološko pridelanimi artikli. V njihovih podatkih so zajete cene artiklov, ki se v danem trenutku v trgovinah najbolje prodajajo. Prav tako je treba poudariti, da smo ob izračunu primerjave nabora artiklov, ki pomenijo podatke o povprečnih drobnoprodajnih cenah izdelkov, izločili tiste artikle, ki jih tudi sami nismo zajeli pri popisovanju cen na terenu.

Slika 56. Razlika v ceni med konvencionalno in ekološko pridelanimi živil v Sloveniji v letu 2021



**Slika 57. Razlika v ceni med ekološko pridelanimi živili v letu 2021 in povprečno drobnoprodajno ceno izdelkov po metodologiji SURS v letih 2018, 2019, 2020 in 2021**



Iz grafa lahko opazimo, da se vse od leta 2018 znižuje razlika v ceni med povprečno ceno ekološko pridelanih živil v določenem letu ter med povprečno drobnoprodajno ceno izdelkov, ki jo spremlja Statistični urad Republike Slovenije. Kot smo uvodoma že pojasnili, te cene (po metodologiji SURS) pomenijo zabeležene cene živil, ki se v času popisa (v danem trenutku) v trgovinah najbolje prodajajo, ob tem pa SURS ne ločuje med ekološko in konvencionalno pridelanimi živili. Zatorej je ob rezultatih mogoča dvojna interpretacija. Prvič (1), da se vsako leto med živili, ki jih v popis zajame SURS, pojavlja vedno več ekološko pridelanih živil, ali drugič (2), da se cene ekološko pridelanih živil vsako leto bolj približujejo cenam konvencionalno pridelanim živilom (ali obratno).

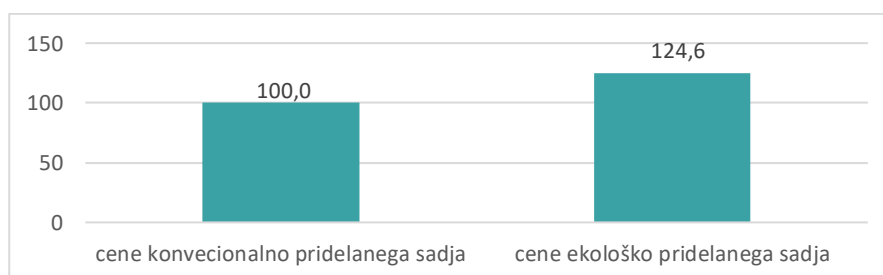
#### 4.1.1 Kategorija SADJE

Ob pripravi primerjave razlike v cenah med ekološko in konvencionalno pridelanim sadjem so nas presenetile pridobljene razlike.

Povprečna cena konvencionalno pridelanega sadja, ki se je v Sloveniji leta 2021 prodajalo v času popisa cen, je bila v primerjavi s povprečno ceno ekološko pridelanega sadja za 21,1 % **višja**. Ob natančnejšem pregledu popisanih cen smo ugotovili, da v zajemu cen nismo pridobili cen ekološko pridelanih borovnic in malin, zato v nadaljnji analizi cen teh dveh artiklov nismo upoštevali.

Ko smo artikle oziroma cene malin in borovnic izločili, smo pridobili rezultate, ki so nakazovali, da je bilo ekološko pridelano sadje v povprečju za 24,59 % dražje glede na cene konvencionalno pridelanega sadja.

**Slika 58. Razlika v ceni med konvencionalno in ekološko pridelanim sadjem**

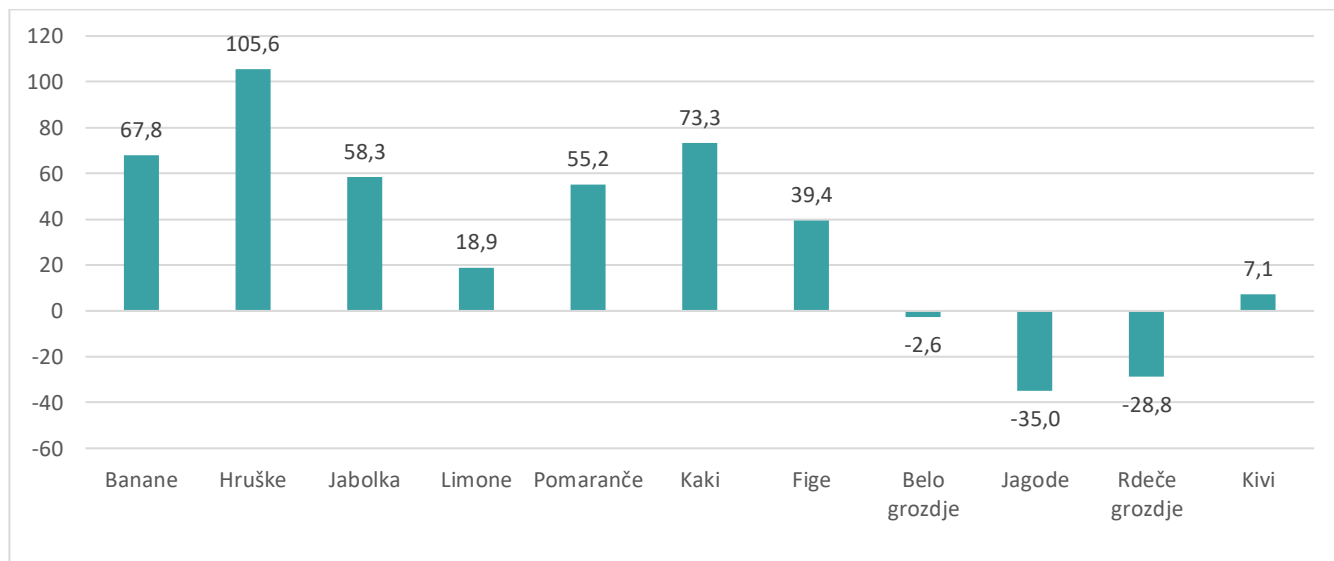




### Primerjava posameznih živil znotraj kategorije »sadje«

V nadaljnji analizi cen nas je zanimal indeks – razlika v cenah ekološko pridelanega sadja posameznih živil v primerjavi s konvencionalno pridelanimi žvili. Ugotovili smo, da je nekaj ekološko pridelanega sadja med drugim še enkrat dražje od konvencionalnega, drugje pa se cene gibljejo v razliki od 18,78 do 73,28 %. Pri belem grozdju, jagodah in rdečem grozdju so bile cene ekoloških živil v času popisa cen nižje od konvencionalnih. Naj ob tem poudarimo, da so enota 1 (oziroma 100 %) povprečne cene konvencionalno pridelanih posameznih vrst sadja. Podatke prikazujemo v sliki 4.

Slika 59. INDEKS Skupaj – razlika v cenah ekološko in konvencionalno pridelanega sadja

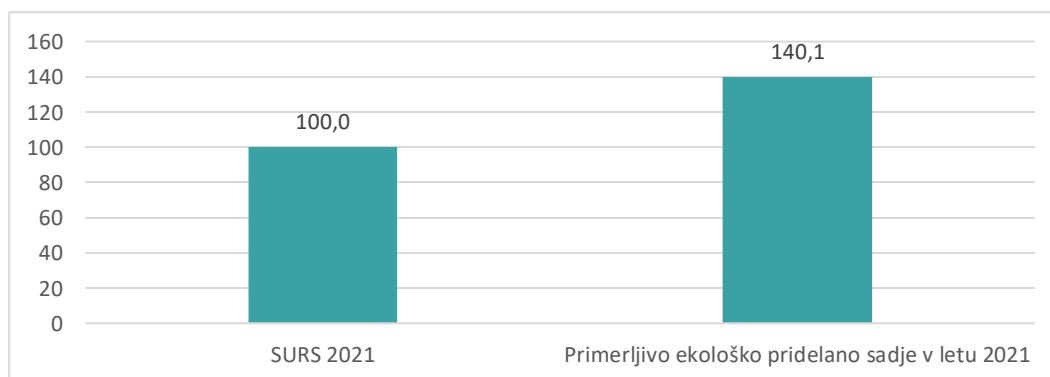


### Primerjava cen ekološko pridelanega sadja z drobnoprodajnimi cenami sadja (metodologija SURS)

Na listi sadnih izdelkov, ki jo glede povprečne drobnoprodajne cene izdelkov spremlja Statistični urad Republike Slovenije, najdemo **banane, jabolka, jagode, limone** in **pomaranče**. V ta namen smo iz našega popisa cen izluščili podatke o istih artiklih in pridobili sledeče podatke.

Cene ekološko pridelanega sadja v letu 2021 se v primerjavi s povprečnimi drobnoprodajnimi cenami sadja, ki jih spremlja Statistični urad Republike Slovenije glede na leto 2021, razlikujejo za 40,06 %. Podatke prikazujemo v grafu spodaj.

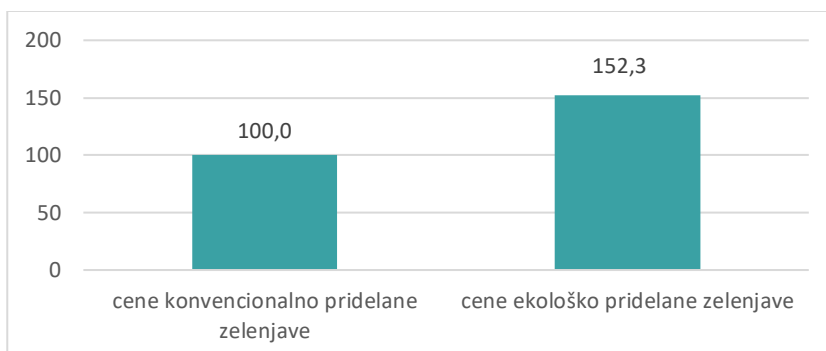
Slika 60. Razlika v ceni med ekološko pridelanim sadjem v letu 2021 in primerljivimi artikli glede na povprečno drobnoprodajno ceno izdelkov po metodologiji SURS v istem letu



#### 4.1.2 Kategorija ZELENJAVA

Povprečna cena ekološko pridelane zelenjave, ki se je v Sloveniji leta 2021 prodajala v času popisa cen, je bila v primerjavi s povprečno ceno konvencionalno pridelane zelenjave za 52,27 % višja.

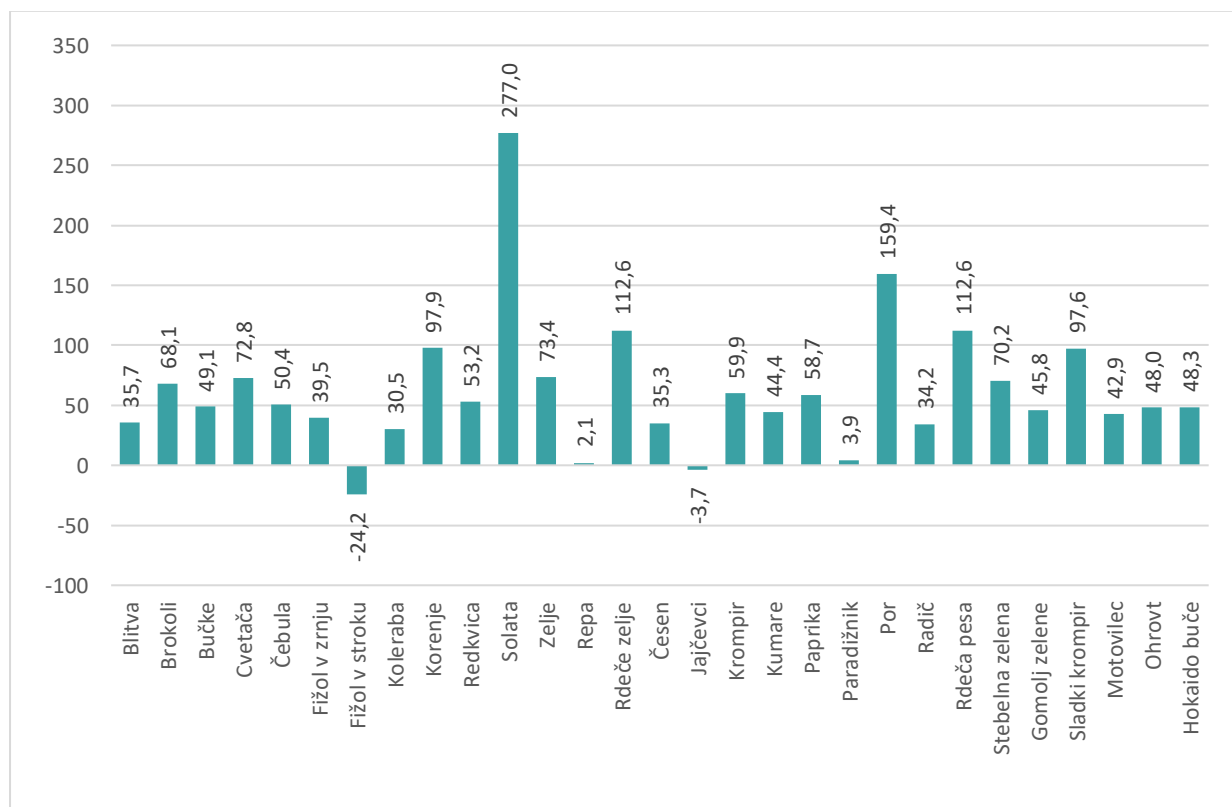
Slika 61. Razlika v ceni med konvencionalno in ekološko pridelano zelenjavo



#### Primerjava posameznih živil znotraj kategorije »zelenjava«

V nadaljnji analizi cen nas je zanimala razlika v cenah ekološko pridelane zelenjave posameznih živil v primerjavi s konvencionalno pridelano zelenjavo. Največjo razliko v ceni smo zaznali med ekološko in konvencionalno pridelano solato, večje razlike pa so še pri poru, rdeči pesi, rdečem zelju, korenju in sladkem krompirju. Podatke o indeksih – razlikah v cenah med ekološko in konvencionalno pridelano zelenjavo prikazujemo v tabeli spodaj. Naj ob tem poudarimo, da so enota 1 (oziroma 100 %) povprečne cene konvencionalno pridelanih posameznih vrst zelenjave.

Slika 62. INDEKS Skupaj – razlika v cenah ekološko in konvencionalno pridelane zelenjave

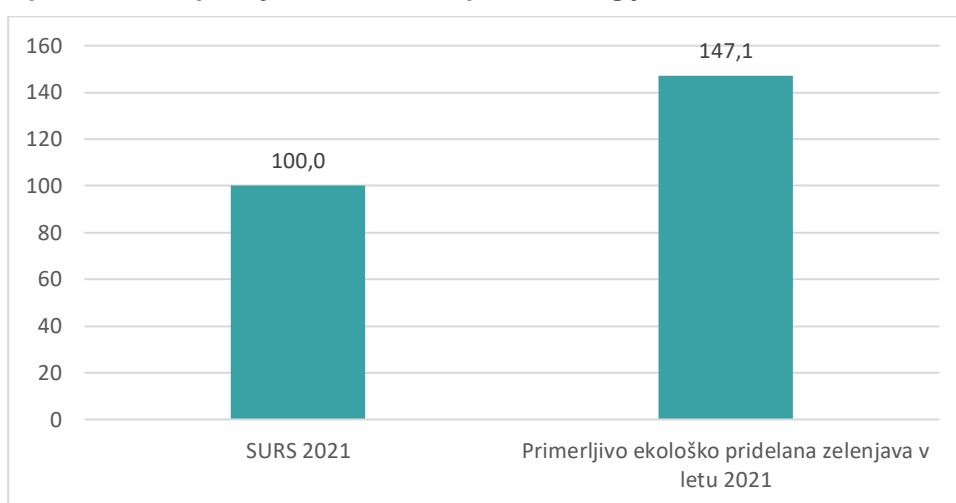


### **Primerjava cen ekološko pridelane zelenjave z drobnoprodajnimi cenami zelenjave (metodologija SURS)**

Na listi zelenjavnih izdelkov, ki jih glede povprečne drobnoprodajne cene izdelkov spremlja Statistični urad Republike Slovenije, najdemo **cvetačo, paradižnik, čebulo, korenje, česen, zelje, repo (kislo) in krompir**. V ta namen smo iz našega popisa cen izluščili podatke o istih artiklih (četudi smo mi popisovali cene izdelkov surovega zelja in repe) in ob tem pridobili sledeče podatke.

Cene ekološko pridelane zelenjave v letu 2021 se v primerjavi s povprečnimi drobnoprodajnimi cenami zelenjave, ki jih spremlja Statistični urad Republike Slovenije glede na leto 2021, razlikujejo za 47,08 %.

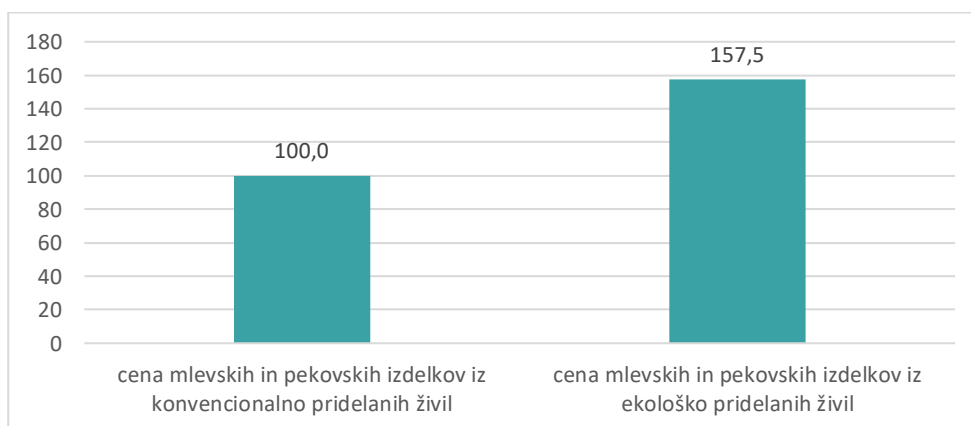
**Slika 63. Razlika v ceni med ekološko pridelano zelenjavo v letu 2021 in primerljivimi artikli glede na povprečno drobnoprodajno ceno izdelkov po metodologiji SURS v istem letu**



### **4.1.3 Kategorija MLEVSKI IN PEKOVSKI IZDELKI**

Povprečna cena mlevskih in pekovskih izdelkov iz ekološko pridelanih živil, ki so se v Sloveniji leta 2021 prodajala v času popisa cen, so bila v primerjavi s povprečno ceno mlevskih in pekovskih izdelkov, izdelanih iz konvencionalno pridelanih živil, za 57,52 % višja.

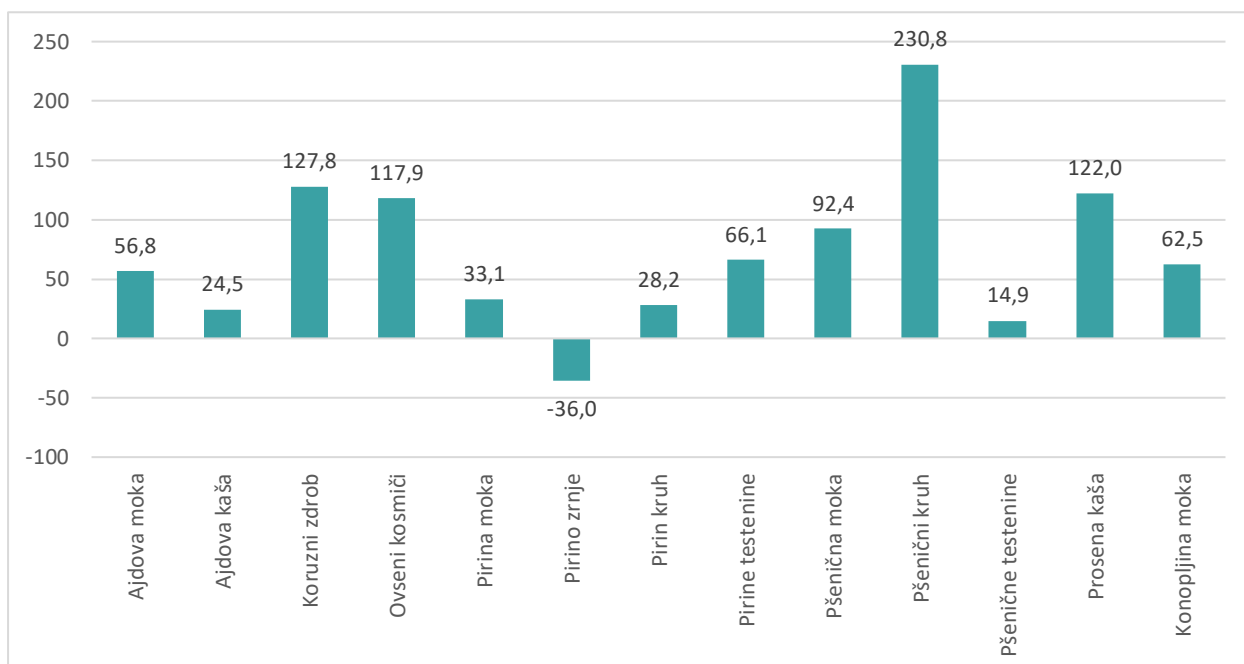
**Slika 64. Razlika v ceni med mlevsko pekovskimi izdelki, pripravljenimi iz konvencionalno in ekološko pridelanih živil**



### **Primerjava posameznih živil znotraj kategorije »mlevski in pekovski izdelki«**

V nadaljnji analizi cen nas je zanimala razlika v cenah ekološko izdelanih mlevskih in pekovskih izdelkov v primerjavi s konvencionalno izdelanimi mlevskimi in pekovskimi izdelki. Največjo razliko v ceni smo zaznali med ekološko in konvencionalno pridelanim pšeničnim kruhom, znatna razlika je tudi v pridelavi koruznega zdroba, pri ovsenih kosmičih in proseni kaši. V času popisa cen smo našli pirino zrnje konvencionalne pridelave, ki je dražje od tistega ekološke pridelave. Naj ob tem poudarimo, da so enota 1 (oziroma 100 %) povprečne cene konvencionalno pridelanih posameznih vrst zelenjave.

**Slika 65. INDEKS Skupaj – razlika v cenah ekološko in konvencionalno pridelanih mlevskih in pekovskih izdelkov**

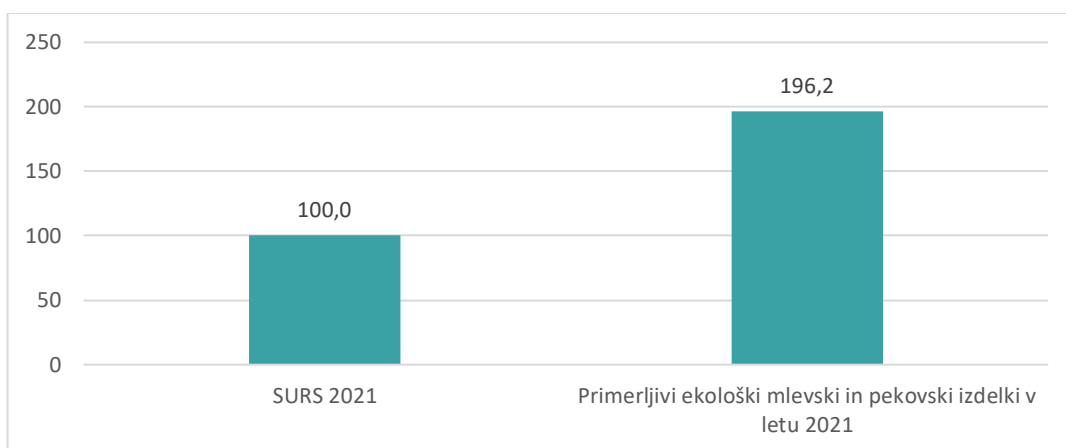


### **Primerjava cen ekološko pridelanih mlevskih in pekovskih izdelkov z drobnoprodajnimi cenami mlevskih in pekovskih (metodologija SURS)**

Na listi mlevskih in pekovskih izdelkov, ki jih glede povprečne drobnoprodajne cene izdelkov spremlja Statistični urad Republike Slovenije, najdemo **pšenično moko, beli, polbeli in črni kruh, testenine in kosmiče za zajtrk**. V ta namen smo iz našega popisa cen izluščili podatke o istih artiklih in ob tem pridobili sledeče podatke.

Cene ekoloških mlevskih in pekovskih izdelkov se v primerjavi s povprečnimi drobnoprodajnimi cenami mlevskih in pekovskih, ki jih spremlja Statistični urad Republike Slovenije glede na leto 2021, razlikujejo za 96,21 %.

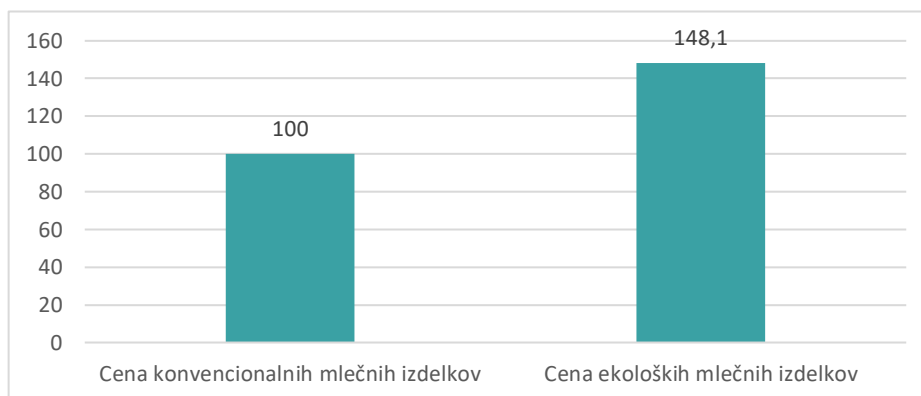
**Slika 66. Razlika v ceni med ekološkimi mlevskimi in pekovskimi izdelki, izdelanimi v letu 2021, in primerljivimi artikli glede na povprečno drobnoprodajno ceno izdelkov po metodologiji SURS v istem letu**



#### 4.1.4 Kategorija MLEČNI IZDELKI

Povprečna cena ekološko pridelanih mlečnih izdelkov, ki so se v Sloveniji leta 2021 prodajala v času popisa cen, je bila v primerjavi s povprečno ceno konvencionalno pridelanih mlečnih izdelkov za 48,1 % višja.

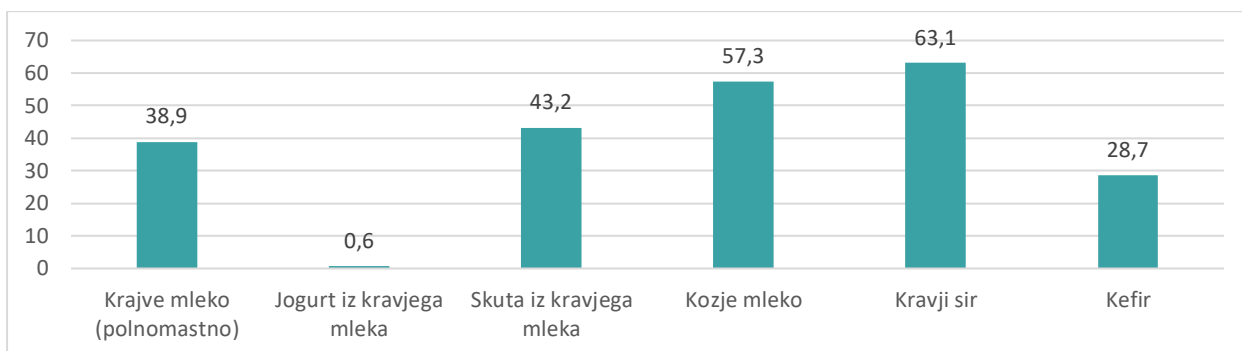
**Slika 67. Razlika v ceni med ekološko in konvencionalno pridelanimi mlečnimi izdelki**



#### ***Primerjava posameznih živil znotraj kategorije »mlečni izdelki«***

V nadaljnji analizi cen nas je zanimal indeks – razlika v cenah ekološko pridelanih mlečnih izdelkov v primerjavi s konvencionalno pridelanimi mlečnimi izdelki. Največjo razliko v ceni smo zaznali med ekološko in konvencionalno pridelanim sirom iz kravjega mleka, pri kozjem mleku, skuti iz kravjega mleka ter pri kravjem mleku (med 63,09 % in 38,86 %). Podatke o indeksih – razlikah v cenah med ekološko in konvencionalno pridelanimi mlečnimi izdelki – prikazujemo v tabeli spodaj. Naj ob tem poudarimo, da so enota 1 (oziroma 100 %) povprečne cene konvencionalno pridelanih mlečnih izdelkov.

**Slika 68. INDEKS Skupaj – razlika v cenah ekološko in konvencionalno pridelanih mlečnih izdelkov**

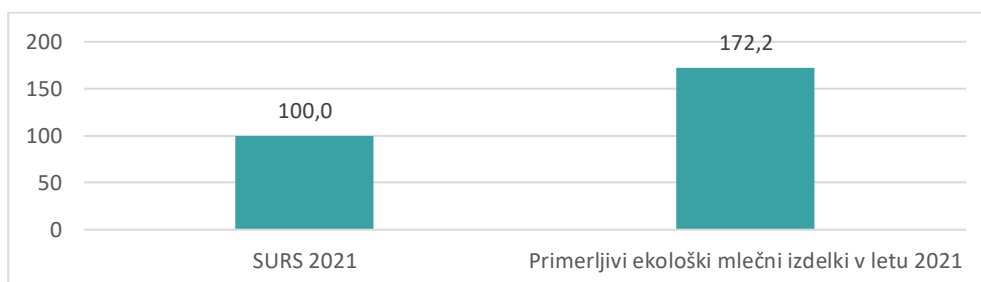


### **Primerjava cen ekološko pridelanih mlečnih izdelkov z drobnoprodajnimi cenami mlečnih izdelkov (metodologija SURS)**

Na listi mlečnih izdelkov, ki jih glede povprečne drobnoprodajne cene izdelkov spremlja Statistični urad Republike Slovenije, najdemo **trajno polnomastno mleko, jogurt** in **skuto**. V ta namen smo iz našega popisa cen izluščili podatke o istih artiklih in ob tem pridobili sledeče podatke.

Cene ekološko pridelanih mlečnih izdelkov, ki so bili v prodaji v času popisa cen leta 2021, se v primerjavi s povprečnimi drobnoprodajnimi cenami mlečnih izdelkov, ki jih spremlja Statistični urad Republike Slovenije glede na leto 2021, razlikujejo za 72,21 %.

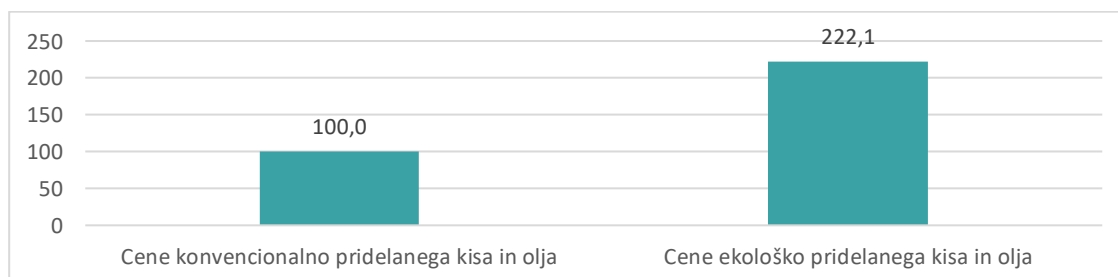
**Slika 69. Razlika v ceni med ekološkimi mlečnimi izdelki, izdelanimi v letu 2021, in primerljivimi artikli glede na povprečno drobnoprodajno ceno izdelkov po metodologiji SURS v istem letu**



### **4.1.5 Kategorija OLJA IN KISI**

Povprečna cena ekološko pridelanega olja in kisa, ki sta se v Sloveniji leta 2021 prodajala v času popisa cen, je bila v primerjavi s povprečno ceno konvencionalno pridelanega olja in kisa za 122,11 % višja.

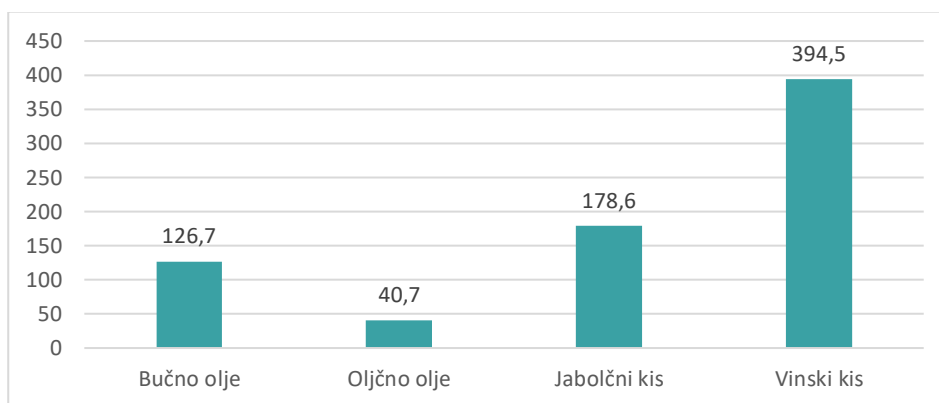
**Slika 70. Razlika v ceni med ekološko in konvencionalno pridelanimi olji in kisi**



### **Primerjava posameznih živil znotraj kategorije »olja in kisi«**

V nadaljnji analizi cen nas je zanimal indeks – razlika v cenah ekološko pridelanega olja in kisa v primerjavi s konvencionalno pridelanim oljem in kisom. Največjo razliko v ceni smo zaznali med ekološko in konvencionalno pridelanim vinskim kisom, saj je bil ekološko pridelani kis za 394,49 % dražji od konvencionalno pridelanega. Veliko razliko v ceni smo zaznali tudi pri jabolčnem kisu in bučnem olju. Podatke o indeksih – razlikah v cenah med ekološko in konvencionalno pridelanim oljem in kisom – prikazujemo v tabeli spodaj. Naj ob tem poudarimo, da so enota 1 (oziroma 100 %) povprečne cene konvencionalno pridelanih posameznih vrst olja oziroma kisa.

**Slika 71. INDEKS Skupaj – razlika v cenah ekološko in konvencionalno pridelanih olj in kisov**

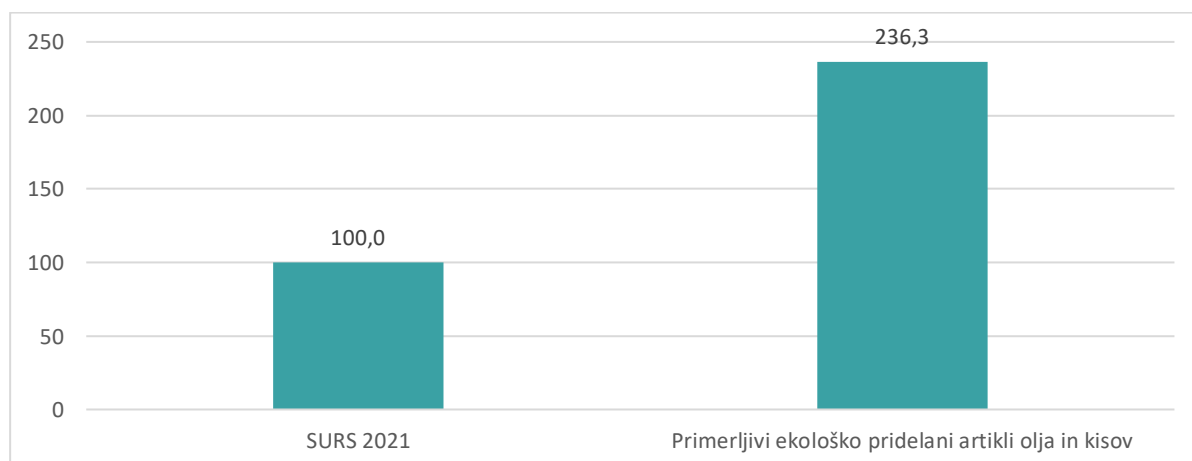


### **Primerjava cen ekološko pridelanega olja in kisa z drobnoprodajnimi cenami olja in kisa (metodologija SURS)**

Na listi izdelkov iz naše kategorije »olja in kisi«, ki jih glede povprečne drobnoprodajne cene izdelkov spremlja Statistični urad Republike Slovenije, najdemo olivno olje in kis. V ta namen smo iz našega popisa cen izluščili podatke o istih artiklih (pri kisu smo izračunali povprečno ceno ekološko pridelanega jabolčnega in vinskega kisa) in ob tem pridobili sledeče podatke.

Cene ekološko pridelanega olivnega olja in kisa, ki sta bila v prodaji v času popisa cen leta 2021, se v primerjavi s povprečnimi drobnoprodajnimi cenami olja in kisa, ki jih spremlja Statistični urad Republike Slovenije glede na leto 2021, razlikujejo za 136,34 %.

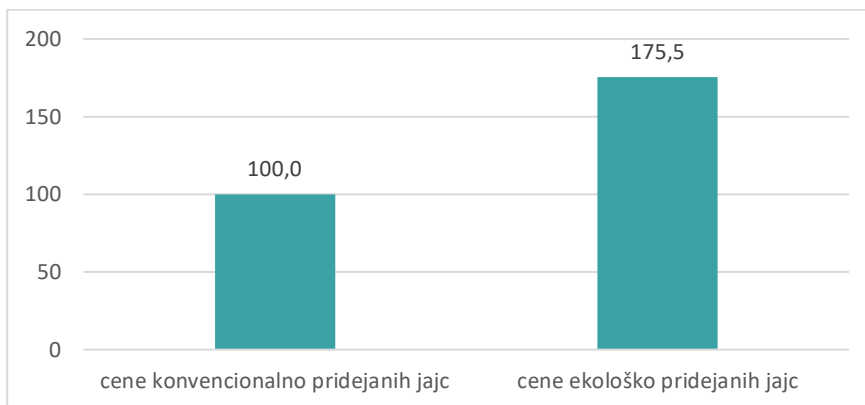
**Slika 72. Razlika v ceni med ekološkimi olji in kisi v prodaji leta 2021 in primerljivimi artikli glede na povprečno drobnoprodajno ceno izdelkov po metodologiji SURS v istem letu**



#### 4.1.6 Kategorija JAJCA

Povprečna cena ekološko pridelanih jajc, ki so se v Sloveniji leta 2021 prodajala v času popisa cen, je bila v primerjavi s povprečno ceno konvencionalno pridelanih jajc za 75,52 % višja. Ker smo v kategoriji »jajca« opazovali le eno živilo (to je škatlo desetih jajc), ob tem tudi nadaljnja analiza za izračun indeksa – razlike v cenah med ekološko in konvencionalno pridelavo – ni potrebna, saj je rezultat enak.

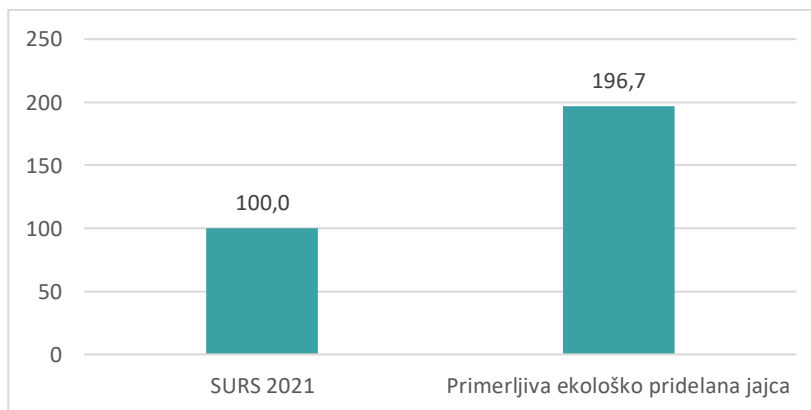
Slika 73. Razlika v ceni med ekološko in konvencionalno pridelanimi jajci



#### **Primerjava cen ekološko pridelanih jajc z drobnoprodajnimi cenami jajc (metodologija SURS)**

Cena škatle desetih ekološko pridelanih jajc, ki je bila v prodaji v času popisa cen leta 2021, se v primerjavi s povprečno drobnoprodajno ceno škatle desetih jajc, ki jo spremlja Statistični urad Republike Slovenije glede na leto 2021, razlikujejo za 96,66 %.

Slika 74. Razlika v ceni med ekološko pridelanimi jajci (v prodaji leta 2021) in primerljivimi artikli glede na povprečno drobnoprodajno ceno izdelkov po metodologiji SURS v istem letu

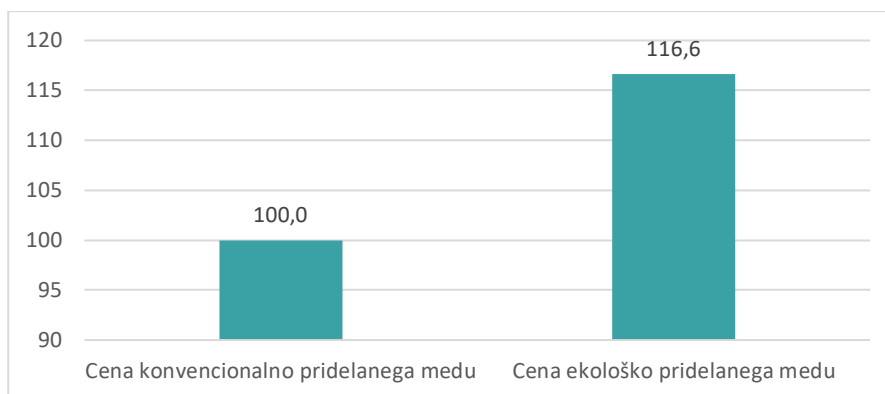


#### 4.1.7 Kategorija MED

Povprečna cena ekološko pridelanega medu, ki se je v Sloveniji leta 2021 prodajal v času popisa cen, je bila v primerjavi s povprečno ceno konvencionalno pridelanega medu za 16,64 % višja.



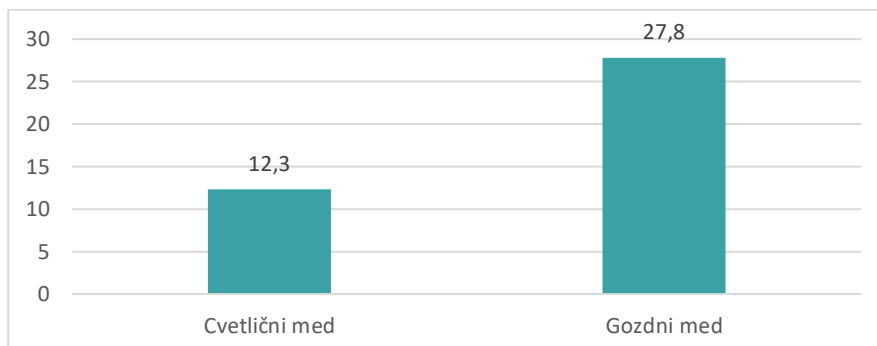
Slika 75. Razlika v ceni med ekološko in konvencionalno pridelanim medom



### **Primerjava posameznih živil znotraj kategorije med**

V nadaljnji analizi cen nas je zanimal indeks – razlika v cenah ekološko pridelanega medu v primerjavi s konvencionalno pridelanim medom. Največjo razliko v ceni smo zaznali med ekološko in konvencionalno pridelanim gozdnim medom (indeks 27,84), medtem ko je pri cvetličnem medu razlika manjša (indeks 12,31). Podatke o indeksih – razlikah v cenah med ekološko in konvencionalno pridelanim gozdnim in cvetličnim medom – prikazujemo v tabeli spodaj. Naj ob tem poudarimo, da so enota 1 (oziroma 100 %) povprečne cene konvencionalno pridelanih posameznih vrst medu.

Slika 76. INDEKS Skupaj – razlika v cenah ekološko in konvencionalno pridelanega medu

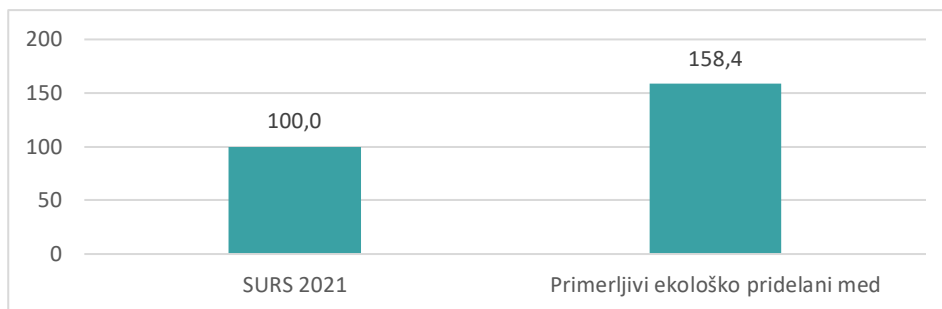


### **Primerjava cen ekološko pridelanega medu z drobnoprodajnimi cenami medu (metodologija SURS)**

Na listi izdelkov iz kategorije »med«, ki jih glede povprečne drobnoprodajne cene izdelkov spremlja Statistični urad Republike Slovenije, najdemo le **cvetlični med**. V ta namen smo iz našega popisa cen izbrali le podatke za isto živilo in pripravili primerjavo. Ob tem smo prejeli sledeče rezultate.

Cena ekološko pridelanega cvetličnega medu, ki je bil v prodaji v času popisa cen leta 2021, se v primerjavi s povprečno drobnoprodajno ceno cvetličnega medu, ki jo spremlja Statistični urad Republike Slovenije glede na leto 2021, razlikujejo za 58,42 %.

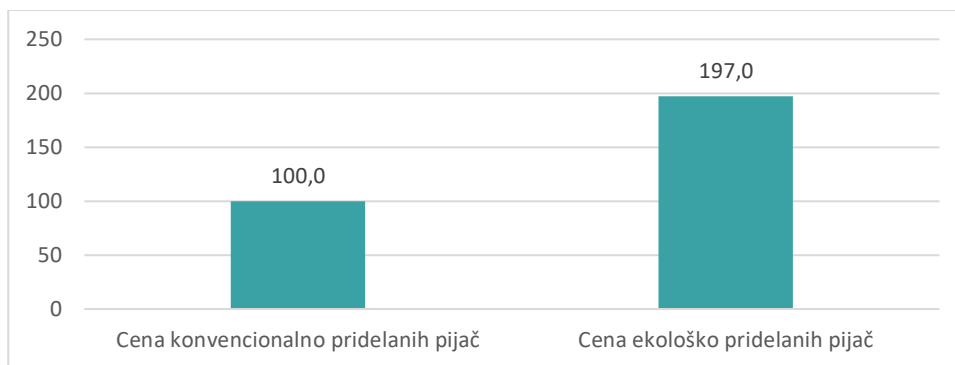
**Slika 77. Razlika v ceni med ekološko pridelanim medom (v prodaji leta 2021) in primerljivimi artikli glede na povprečno drobnoprodajno ceno izdelkov po metodologiji SURS v istem letu**



#### 4.1.8 Kategorija PIJAČE

Povprečna cena ekološko pridelane pijače, ki se je v Sloveniji leta 2021 prodajala v času popisa cen, je bila v primerjavi s povprečno ceno konvencionalno pridelane pijače za 97 % višja.

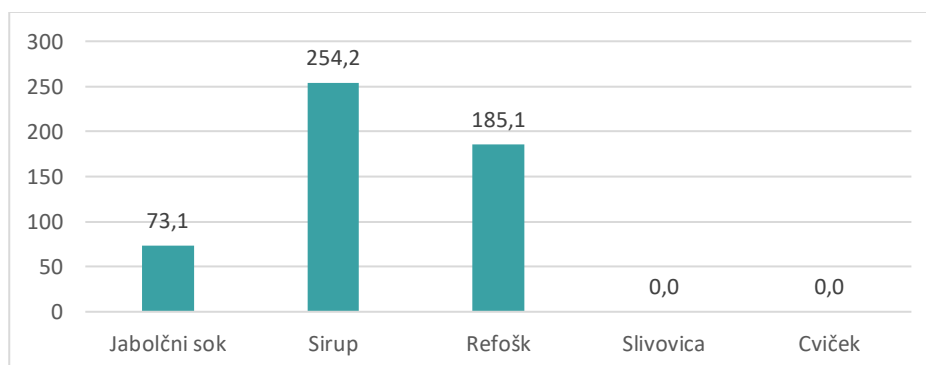
**Slika 78. Razlika v ceni med ekološko in konvencionalno pridelanimi pijačami**



#### **Primerjava posameznih živil znotraj kategorije »pijače«**

V nadaljnji analizi cen nas je zanimal indeks – razlika v cenah ekološko pridelanih pijač v primerjavi s konvencionalno pridelanimi pijačami. Največja razlika je med ekološko in konvencionalno pridelanim sirupom (indeks 254), zelo visokega tudi pri refošku (indeks 185,1), večje razlike pa še pri jabolčnem soku (indeks 73,09). V času popisa cen nikjer v ponudbi nismo našli ekološko pridelanih slivovice in cvička. Podatke o indeksih – razlikah v cenah med ekološko in konvencionalno pridelanimi pijačami – prikazujemo v tabeli spodaj. Naj ob tem poudarimo, da so enota 1 (oziroma 100 %) povprečne cene konvencionalno pridelanih pijač.

**Slika 79. INDEKS Skupaj – razlika v cenah ekološko in konvencionalno pridelane pijače**

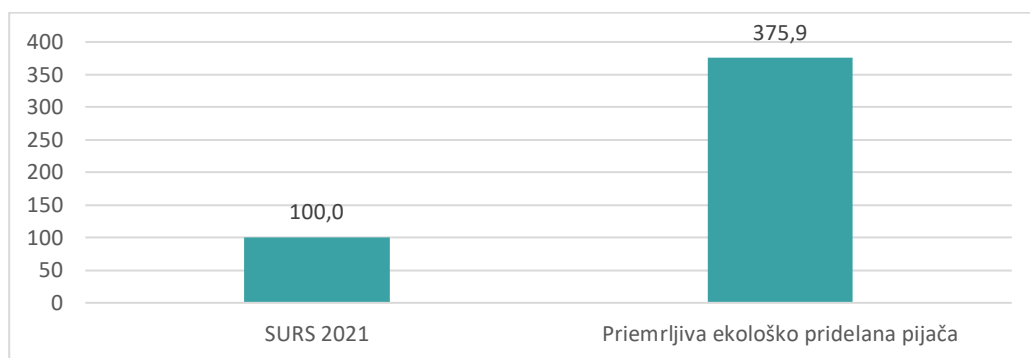


### **Primerjava cen ekološko pridelanih pijač z drobnoprodajnimi cenami pijač (metodologija SURS)**

Na listi izdelkov iz kategorije »pijače«, ki jih glede povprečne drobnoprodajne cene izdelkov spremlja Statistični urad Republike Slovenije, najdemo sok, naravno žganje, namizno vino in kakovostno vino. V ta namen smo iz našega popisa cen izluščili podatke o enakih artiklih (opravili smo le primerjavo med sokom in vinom, saj v času popisa cen v prodaji nismo našli ekološko pridelanega naravnega žganja in vina) in ob tem pridobili sledeče podatke.

Cene ekološko pridelanih pijač, ki so bile v prodaji v času popisa cen leta 2021, se v primerjavi s povprečnimi drobnoprodajnimi cenami pijač, ki jih spremlja Statistični urad Republike Slovenije glede na leto 2021, razlikujejo za 275,91 %.

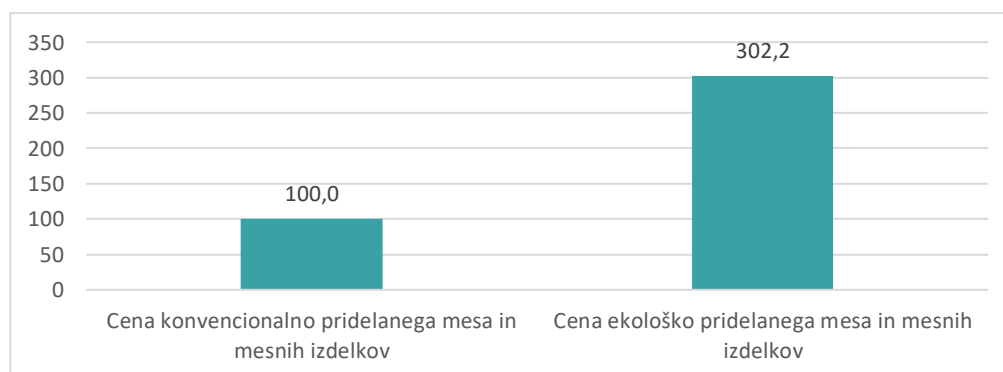
**Slika 80. Razlika v ceni med ekološko pridelanimi pijačami (v prodaji leta 2021) in primerljivimi artikli glede na povprečno drobnoprodajno ceno izdelkov po metodologiji SURS v istem letu**



### **4.1.9 Kategorija MESO IN MESNI IZDELKI**

Povprečna cena ekološko pridelanega mesa in mesnih izdelkov, ki so se v Sloveniji leta 2021 prodajali v času popisa cen, je bila v primerjavi s povprečno ceno konvencionalno pridelanega mesa in mesni izdelkov za 202,20 % višja.

**Slika 81. Razlika v ceni med ekološko in konvencionalno pridelanim mesom in mesnimi izdelki**



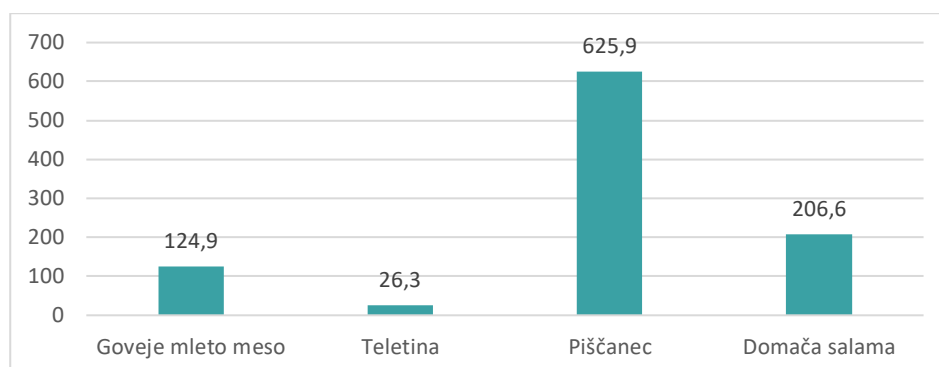
### **Primerjava posameznih živil znotraj kategorije »meso in mesni izdelki«**

V nadaljnji analizi cen nas je zanimal indeks – razlika v cenah ekološko pridelanega mesa in mesnih izdelkov v primerjavi s konvencionalno pridelanim mesom in mesnimi izdelki.

Največjo razliko v ceni smo zaznali med ekološko in konvencionalno pridelanim piščančjim mesom (indeks 625,89), večje razlike pa so še pri domači salami in govejem mletem mesu.

Podatke o indeksih – razlikah v cenah med ekološko in konvencionalno pridelanim mesom in mesnimi izdelki – prikazujemo v tabeli spodaj. Naj ob tem poudarimo, da so enota 1 (oziroma 100 %) povprečne cene konvencionalno pridelanega mesa in mesnih izdelkov.

**Slika 82. INDEKS Skupaj – razlika v cenah ekološko in konvencionalno pridelanega mesa in mesnih izdelkov**

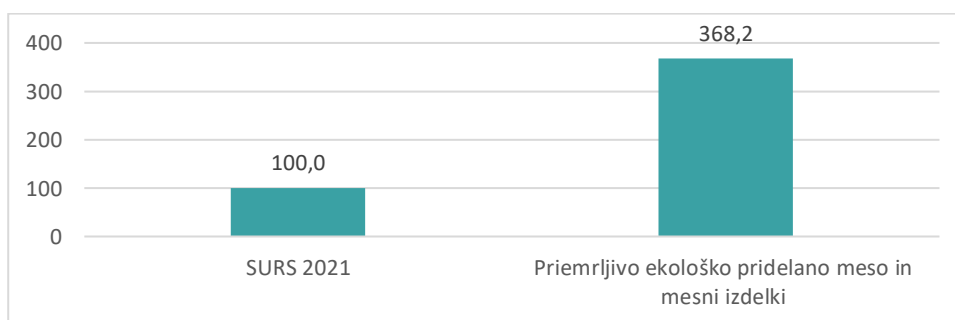


**Primerjava cen ekološko pridelanega mesa in mesnih izdelkov z drobnoprodajnimi cenami mesa in mesnih izdelkov (metodologija SURS)**

Na listi izdelkov iz naše kategorije »meso in mesni izdelki«, ki jih glede povprečne drobnoprodajne cene izdelkov spremlja Statistični urad Republike Slovenije, najdemo **piščančje meso** ter **mleto mešano meso**. V ta namen smo iz našega popisa cen izluščili podatke o istih izdelkih in ob tem pridobili sledeče podatke.

Cene ekološko pridelanega mesa in mesnih izdelkov, ki so bila v prodaji v času popisa cen leta 2021, se v primerjavi s povprečnimi drobnoprodajnimi cenami mesa in mesnih izdelkov, ki jih spremlja Statistični urad Republike Slovenije glede na leto 2021, razlikujejo za 268,16 %.

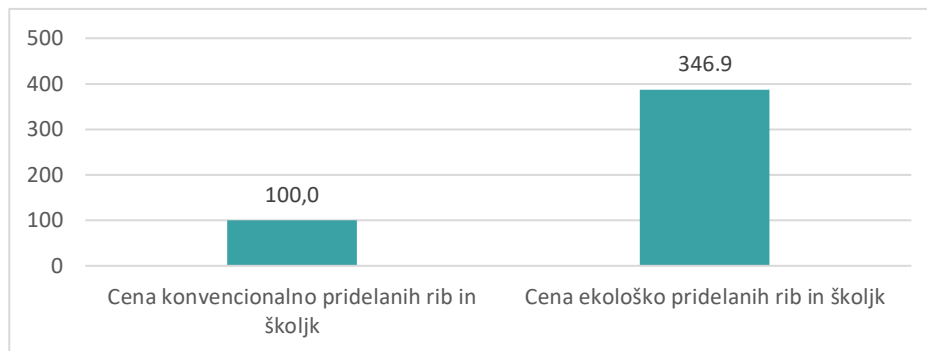
**Slika 83. Razlika v ceni med ekološko pridelanim mesom in mesnimi izdelki (v prodaji leta 2021) in primerljivimi artikli glede na povprečno drobnoprodajno ceno izdelkov po metodologiji SURS v istem letu**



#### 4.1.10 Kategorija RIBE IN ŠKOLJE

Povprečna cena ekološko gojenih rib in školjk, ki so se v Sloveniji leta 2021 prodajale v času popisa cen, je bila v primerjavi s povprečno ceno konvencionalno gojenih rib in školjk višja za 246,93 %.

Slika 84. Razlika v ceni med ekološko in konvencionalno gojenimi ribami in školjkami

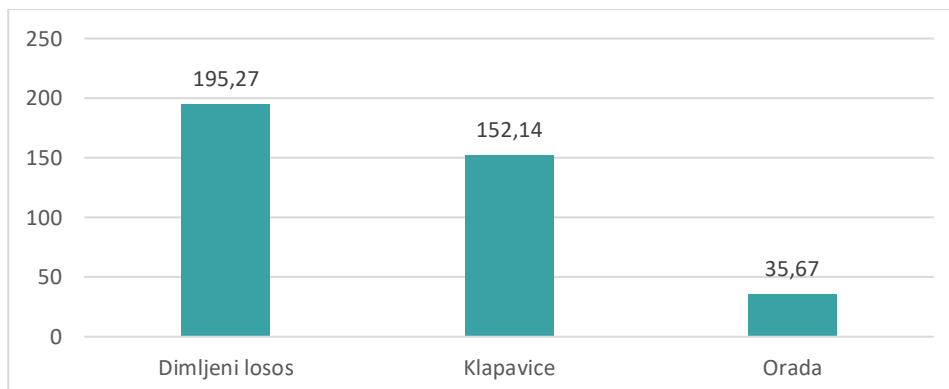


#### **Primerjava posameznih živil znotraj kategorije »ribe in školjke«**

V nadaljnji analizi cen nas je zanimal indeks – razlika v cenah ekološko gojenih rib in školjk v primerjavi s konvencionalno gojenimi ribami in školjkami.

Največja razlika v ceni je pri živilu losos, ki je v primerjavi s konvencionalnim v povprečju za kar 195,27 % dražji, medtem ko so školjke klapavice v primerjavi s konvencionalno pridelanimi dražje za 152,14 %, ribe orade pa za 35,67 %.

Slika 85. INDEKS Skupaj – razlika v cenah ekološko in konvencionalno gojenih rib in školjk



Statistični urad Republike Slovenije nima podatkov o povprečnih drobnoprodajnih cenah rib in školjk, zato v tem delu ta primerjava ni bila mogoča.

## 4.2 DISTRIBUCIJSKI KANALI

V nadaljnji analizi primerjamo cene konvencionalno in ekološko pridelanih živil glede na prodajno mesto – distribucijske kanale, kjer so se živila prodajala v času našega popisovanja cen. Za namene analize in medsebojne primerjave živil smo posamezne kategorije živil grupirali po distribucijskih kanalih.

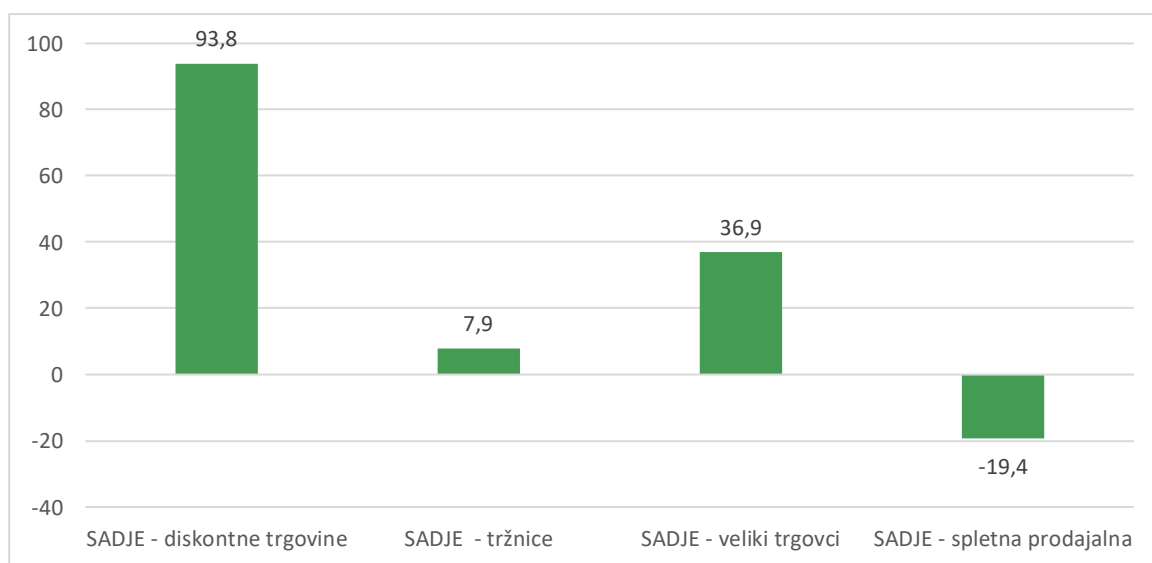
Diskontne prodajalne v naši raziskavi predstavljata trgovini Hofer in Lidl, velike trgovce Interspar in Mercator, specializirane trgovine Vita Care in Kalček, spletne prodajalne pa Zeleni zaboječek in Gajbica.si. Tržnica predstavlja svoj distribucijski kanal.

V nadaljevanju predstavljamo indekse – razlike v cenah med skupnimi povprečnimi cenami vseh konvencionalno/ekološko pridelanih živil (ki so v prodaji znotraj posameznega distribucijskega kanala) glede na skupno povprečno ceno vseh konvencionalno/ekološko pridelanih živil (znotraj kategorije izdelkov), analize kategorij izdelkov pa zaključimo s primerjavo cen med konvencionalno in ekološko pridelanimi živilimi znotraj posameznih distribucijskih kanalov.

### 4.2.1 Razlika v ceni med distribucijskimi kanali – kategorija SADJE

V nadaljevanju predstavljamo indekse – razlike v cenah med ekološko in konvencionalno pridelanim sadjem znotraj posameznega distribucijskega kanala. Enota 1 (oziroma 100 %) so cene konvencionalno pridelanega sadja znotraj distribucijskega kanala. Največje razlike v cenah med konvencionalno in ekološko pridelanim sadjem najdemo v diskontnih prodajalnah (93,77 %), medtem ko so si cene ekološko in konvencionalno pridelanega sadja na tržnicah zelo blizu. Cene ekološkega sadja so višje med tako rekoč vsemi distribucijskimi kanali, iz rezultatov, ki jih prikazujemo v spodnji tabeli, pa izhaja, da so cene ekološko pridelanega sadja, ki je v prodaji v spletnih prodajalnah, nižje v primerjavi s konvencionalno pridelanim sadjem. Razlika je nastala zaradi manjše ponudbe prodaje ekološko pridelanega sadja v spletnih prodajalnah v času popisovanja cen.

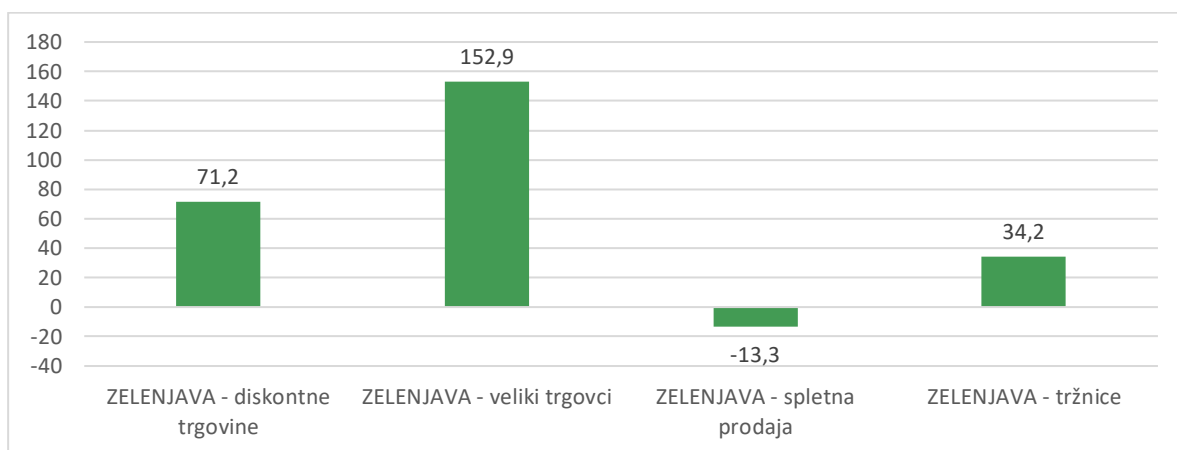
Slika 86. INDEKS razlika v ceni – povprečna cena konvencionalno in ekološko pridelanih živil znotraj distribucijskega kanala – SADJE



#### 4.2.2 Razlika v ceni med distribucijskimi kanali – kategorija ZELENJAVA

V nadaljevanju predstavljamo indekse – razlike v cenah med ekološko in konvencionalno pridelano zelenjavo v prodaji znotraj posameznega distribucijskega kanala. Enota 1 (oziroma 100 %) so cene konvencionalno pridelane zelenjave znotraj distribucijskega kanala. Največje razlike v cenah med konvencionalno in ekološko pridelano zelenjavo opazimo med velikimi trgovci (152,85 %), velika razlika v cenah med konvencionalno in ekološko pridelano zelenjavo je tudi med diskontnimi trgovinami, medtem ko na tržnicah in v spletnih prodajalnah tako očitnih razlik ni moč opaziti. Cene ekološko pridelane zelenjave so višje med tako rekoč vsemi distribucijskimi kanali, medtem ko iz rezultatov, ki jih prikazujemo v spodnji tabeli, izhaja, da so cene ekološko pridelane zelenjave, ki je v prodaji v spletnih prodajalnah, nižje v primerjavi s konvencionalno pridelano zelenjavo. Razlika je nastala zaradi manjše ponudbe prodaje ekološko pridelane zelenjave v spletnih prodajalnah v času popisovanja cen.

Slika 87. INDEKS razlika v ceni – povprečna cena konvencionalno in ekološko pridelanih živil znotraj distribucijskega kanala – ZELENJAVA

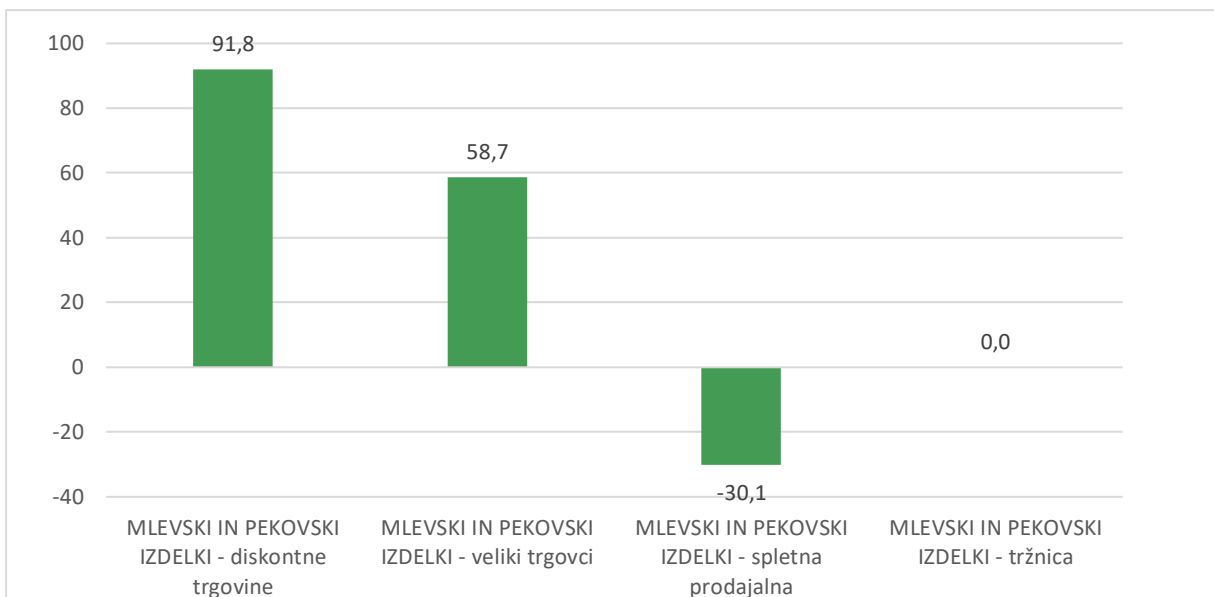


#### 4.2.3 Razlika v ceni med distribucijskimi kanali – kategorija MLEVSKI IN PEKOVSKI IZDELKI

V nadaljevanju predstavljamo indekse – razlike v cenah med ekološko in konvencionalno pridelanimi mlevskimi in pekovskimi izdelki v prodaji znotraj posameznega distribucijskega kanala. Enota 1 (oziroma 100 %) so cene konvencionalno pridelanih mlevskih in pekovskih izdelkov znotraj distribucijskega kanala.

Največje razlike v cenah med konvencionalno in ekološko pridelanimi mlevskimi in pekovskimi izdelki vidimo pri diskontnih trgovinah (91,84 %), relativno velike razlike v cenah med konvencionalno in ekološko pridelanimi mlevskimi in pekovskimi izdelki pa so tudi v prodaji med velikimi trgovci in spletno prodajo, vendar moramo ob tem poudariti, da so cene ekološko pridelanih mlevskih in pekovskih izdelkov, ki so v prodaji v spletnih prodajalnah, nižje v primerjavi s konvencionalno pridelanimi izdelki iste kategorije zaradi izredno majhne ponudbe ekološko pridelanih izdelkov. Primerjava med ekološko in konvencionalno pridelanimi mlevskimi in pekovskim izdelki znotraj distribucijskega kanala tržnice ni mogoča, saj na tržnicah nismo našli ponudbe konvencionalno pridelanih mlevskih in pekovskih izdelkov.

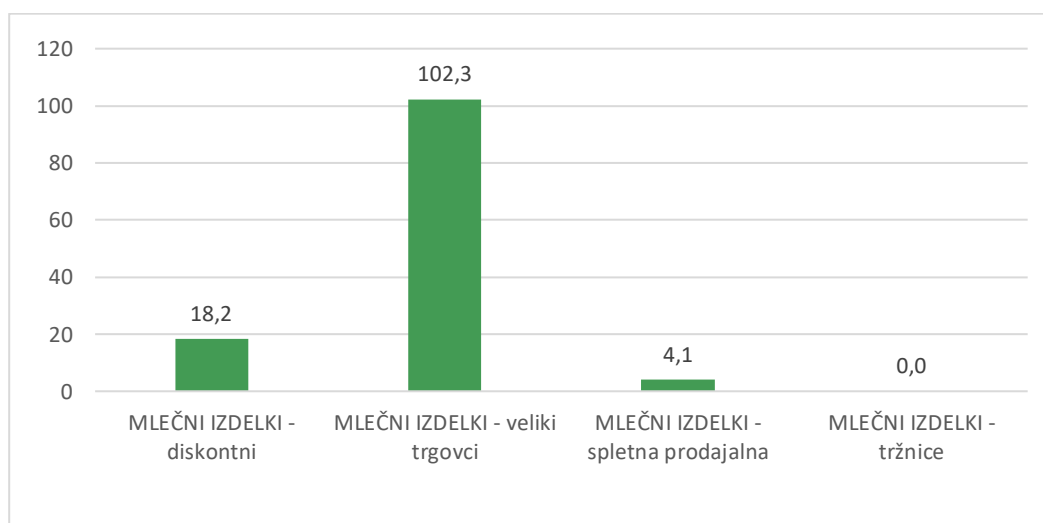
**Slika 88. INDEKS razlika v ceni – povprečna cena konvencionalno in ekološko pridelanih živil znotraj distribucijskega kanala – MLEVSKI IN PEKOVSKI IZDELKI**



#### 4.2.4 Razlika v ceni med distribucijskimi kanali – kategorija MLEČNI IZDELKI

V nadaljevanju predstavljamo indekse – razlike v cenah med ekološko in konvencionalno pridelanimi mlečnimi izdelki v prodaji znotraj posameznega distribucijskega kanala. Enota 1 (oziroma 100 %) so cene konvencionalno pridelane zelenjave znotraj distribucijskega kanala. Največje razlike v cenah med konvencionalno in ekološko pridelano zelenjavo opazimo med velikimi trgovci (102,26 %), relativno večja razlika je še med diskontnimi trgovinami (za nekaj manj kot 20 %). Primerjava med ekološko in konvencionalno pridelanimi mlečnimi izdelki znotraj distribucijskega kanala tržnice ni mogoča, saj na tržnicah nismo našli ponudbe konvencionalno pridelanih mlečnih izdelkov.

**Slika 89. INDEKS razlika v ceni – povprečna cena konvencionalno in ekološko pridelanih živil znotraj distribucijskega kanala – MLEČNI IZDELKI**

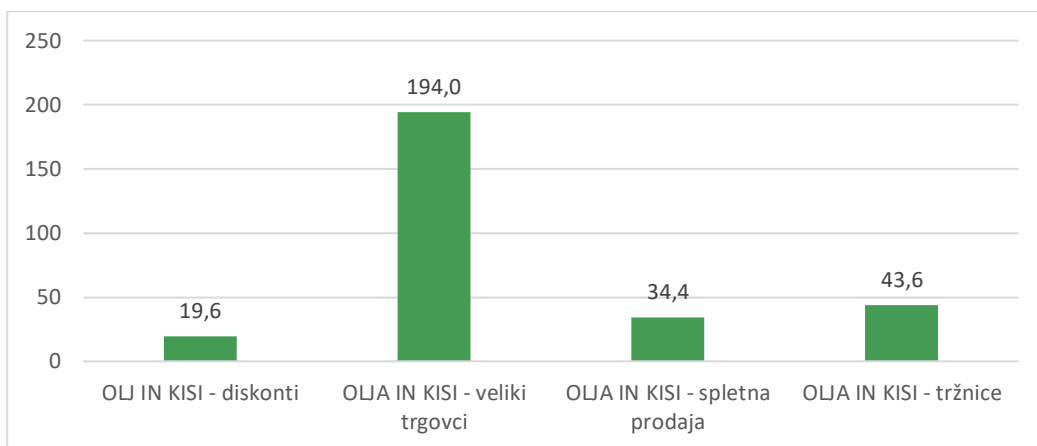




#### 4.2.5 Razlika v ceni med distribucijskimi kanali – kategorija OLJA IN KISI

V nadaljevanju predstavljamo indekse – razlike v cenah med ekološko in konvencionalno pridelanimi olji in kisi v prodaji znotraj posameznega distribucijskega kanala. Enota 1 (oziroma 100 %) so cene konvencionalno pridelanega olja in kisa znotraj distribucijskega kanala. Največje razlike v cenah med konvencionalno in ekološko pridelanim oljem in kisom opazimo med velikimi trgovci (193,96 %), velika razlika v cenah med konvencionalno in ekološko pridelanimi olji in kisi je tudi v prodaji na tržnicah. Cene ekološko pridelanega olja in kisa so višje med vsemi distribucijskimi kanali.

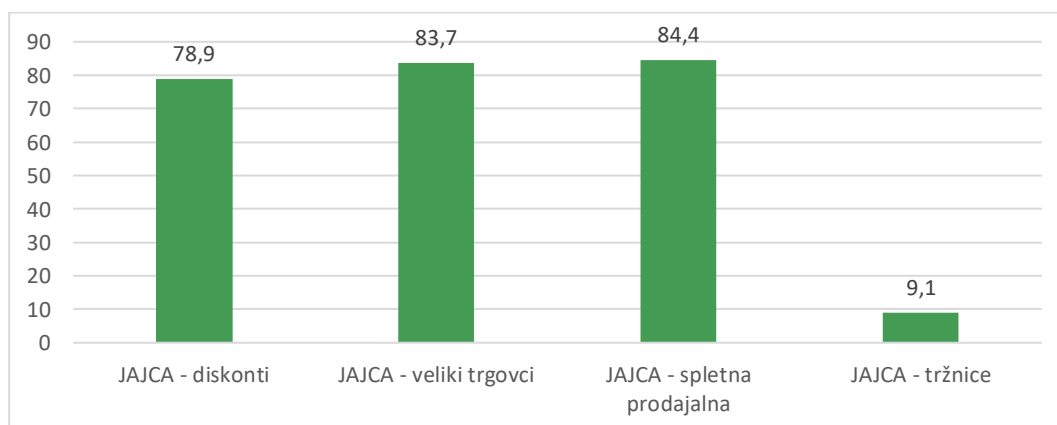
Slika 90. INDEKS razlika v ceni – povprečna cena konvencionalno in ekološko pridelanih živil znotraj distribucijskega kanala – OLJA IN KISI



#### 4.2.6 Razlika v ceni med distribucijskimi kanali – kategorija JAJCA

V nadaljevanju predstavljamo indekse – razlike v cenah med ekološko in konvencionalno pridelavo jajc v prodaji znotraj posameznega distribucijskega kanala. Enota 1 (oziroma 100 %) so cene konvencionalno pridelanih jajc znotraj distribucijskega kanala. Največje razlike v cenah med konvencionalno in ekološko pridelanimi jajci opazimo tako med diskonti in velikimi trgovinami kot tudi v spletni prodaji, medtem ko je cena med ekološko in konvencionalno pridelanimi jajci, ki se prodajajo na tržnicah, dokaj izenačena. Cene ekološko pridelanih jajc so višje med vsemi distribucijskimi kanali.

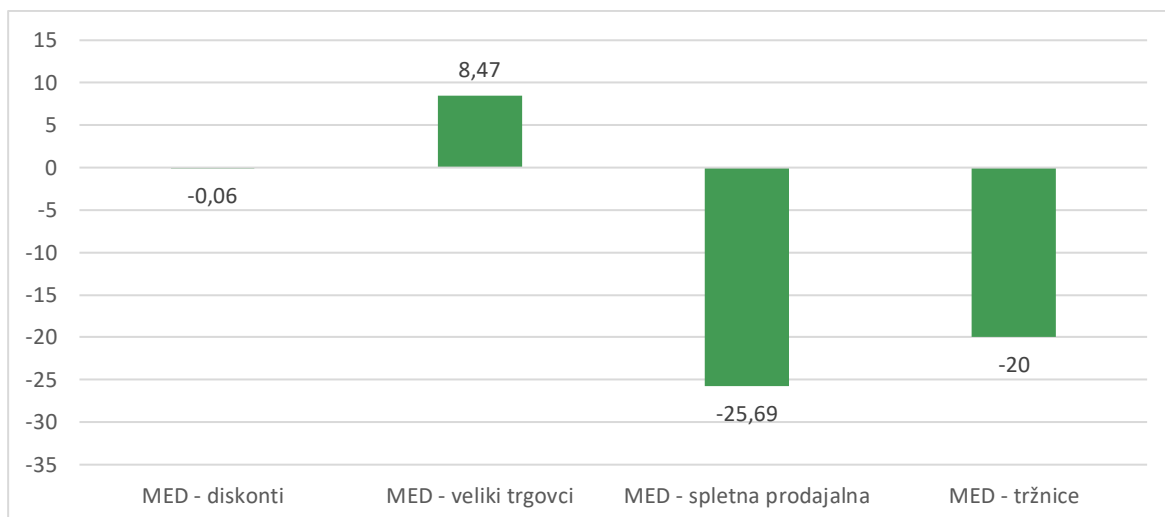
Slika 91. INDEKS razlika v ceni – povprečna cena konvencionalno in ekološko pridelanih živil znotraj distribucijskega kanala – JAJCA



#### 4.2.7 Razlika v ceni med distribucijskimi kanali – kategorija MED

V nadaljevanju predstavljamo indekse – razlike v cenah med ekološko in konvencionalno pridelanim medom v prodaji znotraj posameznega distribucijskega kanala. Enota 1 (oziroma 100 %) so cene konvencionalno pridelanega medu znotraj distribucijskega kanala. Največje razlike v cenah med konvencionalno in ekološko pridelanim medom opazimo v spletni prodaji ter na tržnicah (obakrat smo v času popisa cen zaznali višjo ceno konvencionalno pridelanega medu), medtem ko v diskontnih trgovinah razlik skorajda ni moč opaziti.

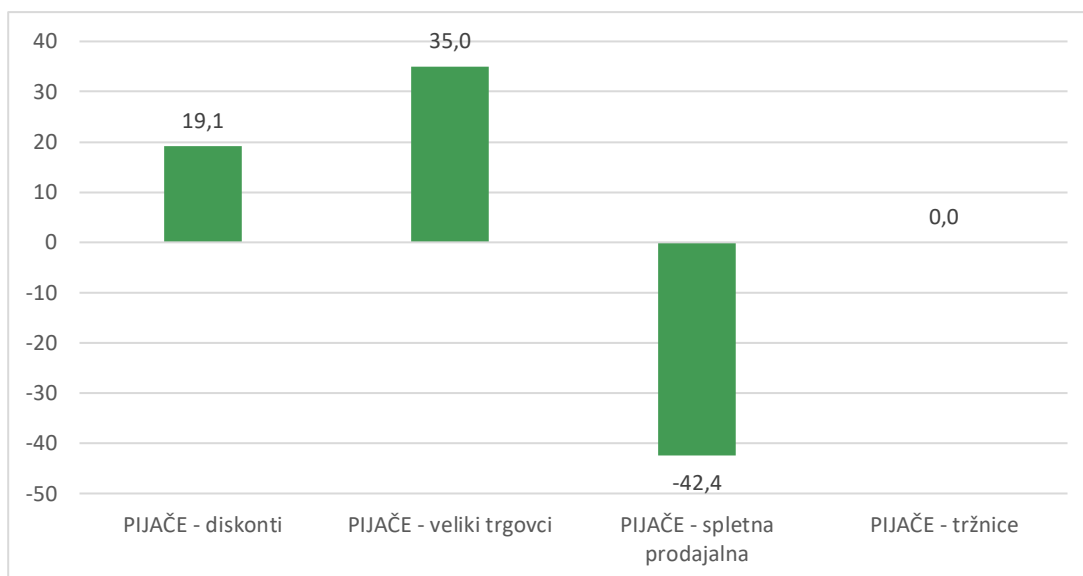
Slika 92. INDEKS razlika v ceni – povprečna cena konvencionalno in ekološko pridelanih živil znotraj distribucijskega kanala – MED



#### 4.2.8 Razlika v ceni med distribucijskimi kanali – kategorija PIJAČE

V nadaljevanju predstavljamo indekse – razlike v cenah med ekološko in konvencionalno pridelanimi pijačami v prodaji znotraj posameznega distribucijskega kanala. Enota 1 (oziroma 100 %) so cene konvencionalno pridelanih pijač znotraj distribucijskega kanala. Največje razlike v cenah med konvencionalno in ekološko pridelanimi pijačami opazimo v spletni prodaji (na račun majhne ponudbe ekološko pridelanih pijač znotraj distribucijskega kanala in izrazitega indeksa med povprečno ceno konvencionalno pridelanih pijač (glejte tabelo 52) je tu trend obrnjen – cene konvencionalno pridelanih pijač so znotraj tega distribucijskega kanala dražje. Ker na tržnicah v času popisa cen ni bilo ponudbe ekološko pridelanih pijač, tudi primerjava med ekološko in konvencionalno pridelanimi pijačami znotraj distribucijskega kanala ni mogoča.

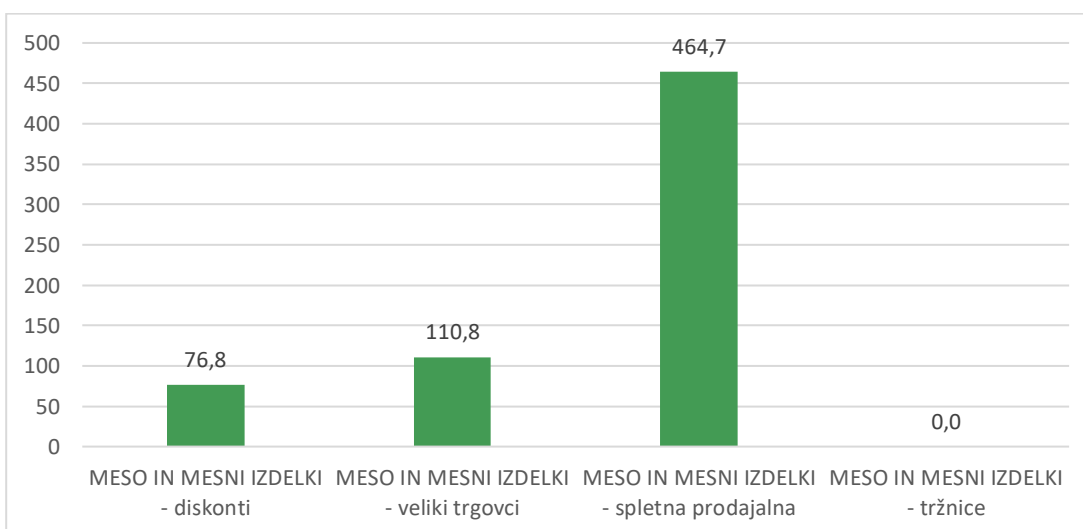
**Slika 93. INDEKS razlika v ceni – povprečna cena konvencionalno in ekološko pridelanih živil znotraj distribucijskega kanala – PIJAČE**



#### 4.2.9 Razlika v ceni med distribucijskimi kanali – kategorija MESO IN MESNI IZDELKI

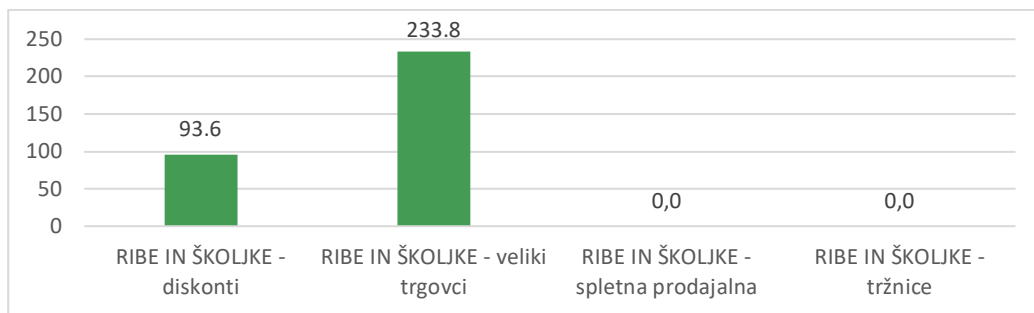
V nadaljevanju predstavljamo indekse – razlike v cenah med ekološko in konvencionalno pridelanim mesom in mesnimi izdelki v prodaji znotraj posameznega distribucijskega kanala. Enota 1 (oziroma 100 %) so cene konvencionalno pridelanega mesa in mesnih izdelkov znotraj distribucijskega kanala. Največje razlike v cenah med konvencionalno in ekološko pridelanim mesom in mesnimi izdelki je moč opaziti v spletni prodaji, relativno velike razlike pa so tudi med velikimi trgovci. Ker na tržnicah v času popisa cen ni bilo ponudbe konvencionalno pridelanega mesa in mesnih izdelkov, tudi primerjava med ekološko in konvencionalno pridelanimi živili znotraj distribucijskega kanala ni mogoča.

**Slika 94. INDEKS razlika v ceni – povprečna cena konvencionalno in ekološko pridelanih živil znotraj distribucijskega kanala – MESO IN MESNI IZDELKI**



#### 4.2.10 Razlika v ceni med distribucijskimi kanali – kategorija RIBE IN ŠKOLJKE

Slika 95. INDEKS razlika v ceni – povprečna cena konvencionalno in ekološko pridelanih živil znotraj distribucijskega kanala – RIBE IN ŠKOLJKE

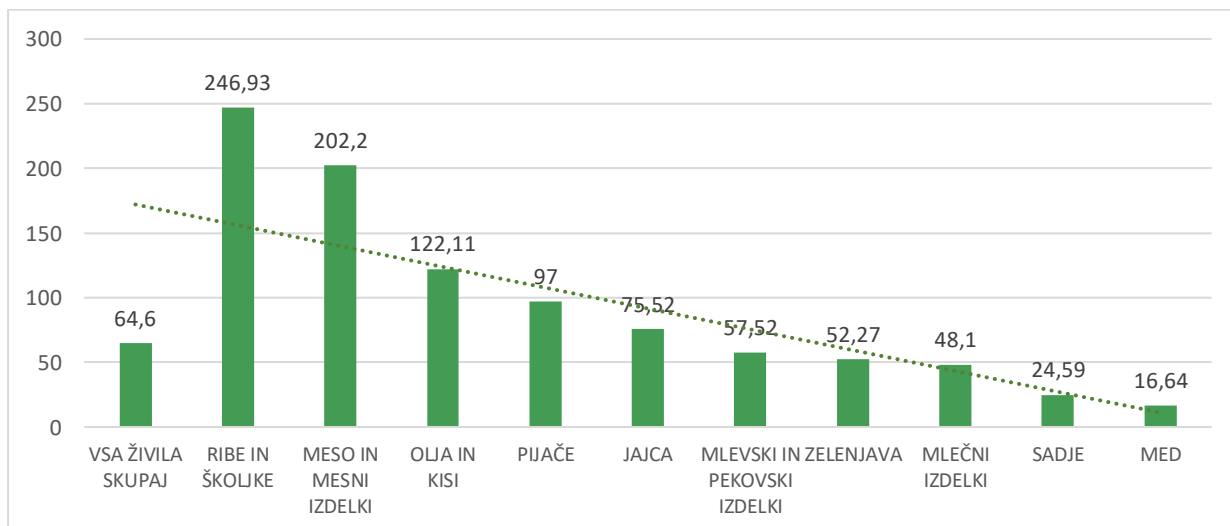


Zgornja tabela predstavlja indekse – razlike v cenah med ekološko in konvencionalno gojenimi ribami in školjkami v prodaji znotraj posameznega distribucijskega kanala. Enota 1 (oziroma 100 %) so cene konvencionalno gojenih rib in školjk znotraj distribucijskega kanala. Največje razlike v cenah med konvencionalno in ekološko gojenimi ribami in školjkami je moč opaziti med velikimi trgovci (za več kot 215 %), relativno velike razlike pa so tudi med diskontnimi ponudniki. Ker na tržnicah in v spletnih prodajalnah v času popisa cen ni bilo ponudbe rib in školjk, tudi primerjava med ekološko in konvencionalno gojenimi ribami in školjkami znotraj teh dveh distribucijskih kanalov ni mogoča.

## 5 SKLEP

Ob opravljeni analizi zbranih cen, ki smo jih popisali in pridobili na različnih lokacijah med različnimi distribucijskim kanali, ugotavljamo, da se največja razlika v ceni med ekološko in konvencionalno pridelanimi žvili pojavlja med žvili, ki spadajo v kategorijo »ribe in školjke«. V skupino, kjer se pojavi indeks, ki je večji od 100, se uvrščajo še žvila iz kategorij »meso in mesni izdelki« ter »olja in kisi«. Ekološko pridelana žvila, ki spadajo v kategorije »pijače«, »jajca«, »mlevski in pekovski izdelki« ter »zelenjava«, so v povprečju od 50 do 100 % dražja od konvencionalno pridelanih žvil, cena ekološko pridelanih žvil, ki spadajo med kategorijo »mlečnih izdelkov«, »sadja« in »medu«, pa se približujejo cenam konvencionalno pridelanim žvilom. Podatke povzemamo v tabeli spodaj.

Slika 96. INDEKS – razlike v ceni med ekološko in konvencionalno pridelanimi kategorijami žvil



## **SKLOP 5:**

### **ANALIZA POTENCIALA ZA RAST PONUDBE S SLOVENSKIMI EKOLOŠKIMI ŽIVILI**

Trg ekoloških živil se je v zadnjem desetletju močno razvil in dosegal visoke letne rasti, od 10 do 15 % letno. To dokazujejo tudi podatki o vedno večjih povpraševanju in potrošnji ekoloških živil med **potrošniki**. Potrošniki danes kupujejo več ekoloških živil, kot so jih pred dvema letoma. Prav tako se bo ta trend predvidoma nadaljeval v prihodnosti. Večina anketiranih vsaj občasno kupuje ekološka živila – le 23 % jih ne kupuje niti na letni ravni. Kljub temu pa se ekološka živila kupujejo redkeje kot druga živila – večina jih kupuje nekajkrat mesečno, živila v splošnem pa nakupujejo na tedenski ravni. Potrošniki so opazili povečanje ponudbe ekoloških živil v zadnjih dveh letih in menijo, da se bo ta trend nadaljeval.

Večina potrošnikov (84 %) ekološka živila povezuje z odsotnostjo škodljivih dodatkov (pridelano brez uporabe pesticidov in herbicidov, brez kemikalij/strupov, brez konzervansov ...). Pogosta je tudi povezava z naravnostjo (brez negativnih učinkov na naravo, pridelano na naraven način). Potrošniki za uradni ekološki znak vedo, da pomeni ekološko živilo, večina tudi meni, da zagotavlja pridelavo, prijazno do okolja, menijo pa tudi, da je za ta živila treba plačati več. Prav tako vedo, da ekološki znak ne zagotavlja slovenskega porekla.

Ključni dejavniki pri nakupu živil so cena, poreklo in (še)le nato način pridelave (klasično ali ekološko). Z raziskavo smo ugotovili, da je glavni izziv, kako ozavestiti potrošnike o razliki med »domače oziroma lokalno« in »ekološko« ter posledično povečati percepcijsko razliko med slovenskim in slovenskim ekološkim živilom.

Največji potencial za rast potrošnje je pri tistih potrošnikih, ki že kupujejo ekološka živila in so svojo porabo že povečali v primerjavi s preteklostjo in jo nameravajo še povečati. Potential leži tako v pogostosti nakupov kot tudi v obsegu nakupov ekoloških živil. To je povezano predvsem s pestrostjo ponudbe in ceno. To pa je seveda povezano tudi s ponudbo – tako z distribucijo (so slovenski ekološki izdelki na voljo predvsem, ko potrošnik opravlja večje nakupe v večjih trgovskih centrih, ali tudi, ko opravlja sprotne nakupe v manjših trgovinah?) kot tudi s pestrostjo ponudbe (lahko potrošnik v vsaki kategoriji izbira med konvencionalnim in (slovenskim) ekološkim izdelkom?) in navsezadnje z razliko v ceni.

Pri kupcih ekoloških živil je opaziti tudi, da jih pri izbiranju živil ne vodi predvsem lastni užitek, ampak tudi odgovornost – do lastnega zdravja, do okolja, do družbe. Za povečanje nakupovanja in uživanja ekoloških živil bi bilo tako potrebno ozaveščanje in razumevanje doprinosa, ki ga ima lahko potrošnja ekoloških živil na vse omenjene vidike – zdravje, okolje, družbo.

Najpomembnejši prodajni kanal za ekološka živila so **trgovske verige**, kjer se proda večina vseh ekoloških živil. Tukaj še vedno močno prevladujejo uvožena ekološka živila, slovenskih je za okoli 15 %. V zadnjih letih je sicer zaznan porast pojavnosti slovenskih ekoloških živil v trgovskih verigah, vendar je hkrati to kanal, ki je največji neizkoriščen potencial za slovenska ekološka živila.

Velike trgovske verige torej opažajo povečano zanimanje med potrošniki, obenem pa manjši (specializirani) trgovci opozarjajo, da jim trgovske verige odžirajo stranke. Ekološka živila namreč niso več niša, ampak postajajo temeljno pričakovanje potrošnikov, ki mu mora zadostiti vsak trgovec, ki želi ostati relevanten za sodobnega potrošnika.

Pričakovanja glede nadaljnje rasti ekoloških živil v trgovskih verigah v naslednjih nekaj letih pa so med trgovci različna. Na eni strani jih nekaj pričakuje nadaljnjo rast, na drugi strani pa drugi opozarjajo na možnost znižanja kupne moči in posledično stagnacije prodaje ekoloških živil.

Tako rekoč vsem trgovcem je v interesu povečati delež slovenskih ekoloških živil, ker je zaradi kratke dobavne verige tudi njihova kakovost boljša od uvoženih ekoloških živil. To bi bilo po njihovem mnenju smiselno tudi zaradi prilagajanja trgu, kjer je povpraševanja po teh izdelkih čedalje več. Vendar pa hkrati opozarjajo predvsem na premajhen obseg pridelave slovenskih ekoloških živil, kar vpliva na majhne razpoložljive količine in (pre)visoke cene le-teh.

Trgovci se strinjajo, da so slovenska ekološka živila kakovostna, vendar so cenovno dražja v primerjavi z uvoženimi ekološkimi živil, kar je problematično tako z njihovega vidika kot tudi z vidika potrošnikov. To pripisujejo nižjim proizvodnim stroškom tujih pridelovalcev.

Ponudba je tudi preveč sezonsko vezana, ni oskrbe čez vse leto, kar dodatno pripomore k večjemu uvozu ekoloških živil iz tujine. Predvsem izstopa majhen obseg ponudbe slovenskega ekološkega sadja in zelenjave. Dostopnost slovenskih ekoloških živil ocenjujejo kot slabo. Trgovci vidijo razlog za takšno stanje predvsem v premajhni povezanosti med ekološkimi kmeti, ki bi tako lahko zagotavljali večje količine ekoloških živil.

Predlogi trgovcev za izboljšanje stanja na področju prodaje slovenskih ekoloških živil so zlasti povezani z večjo promocijo oziroma kampanjo in ozaveščanjem kupcev o prednostih ekološkega kmetijstva in živil, povezovanjem ponudnikov ter večjo pripravljenostjo na sodelovanje s trgovci.

Velik neizkoriščen potencial za slovenska ekološka živila so **javni zavodi**, kjer znaša delež ekoloških živil v povprečju okoli 13 %, od tega pa delež slovenskih ekoloških živil okoli 40 %. Iz teh rezultatov je mogoče sklepati, da večina javnih zavodov (še) ne dosega obveznega 15 % deleža ekoloških živil, ki ga predvideva Uredba o zelenem javnem naročanju.

Kot daleč najpomembnejšo oviro, da javni zavodi ne nabavljajo ekoloških živil v večjem obsegu, so anketiranci omenjali ceno oziroma razliko v ceni med ekološkimi in konvencionalnimi živil. Javni zavodi si sicer želijo več slovenskih živil, vendar poudarjajo, da se slovenski ponudniki pogosto sploh ne prijavljajo na javna naročila oziroma niso pripravljeni na sodelovanje z javnimi zavodi. Velika ovira za večji obseg nabave slovenskih ekoloških živil je tudi dostopnost: tako z vidika razpoložljivih količin, kontinuitete v dobavi (na voljo le v omejenem časovnem obdobju) kot tudi pestrosti (na voljo le nekateri izdelki).

Kot ključne ukrepe za povečanje obsega slovenskih ekoloških živil v javnih zavodih lahko opredelimo podporno okolje za aktivno povezovanje ponudnikov (skupen nastop kmetov za zagotavljanje večje količine, pestrosti in kontinuitete dobave ekoloških živil) ter ponudnikov z javnimi zavodi (ažurno informiranje javnih zavodov o ponudbi ekoloških živil), spremembe v sistemu javnega naročanja (vrednotenje slovenskega porekla), subvencioniranje nabave

ekoloških živil ter ne nazadnje tudi izobraževanje osebja, ki je v javnih zavodih vključeno v sistem naročanja živil in priprave prehrane.

Sektor **HORECA** lahko trenutno, z vidika ekoloških živil, označimo za še nerazvit segment, ki ima potencial tudi za slovenska ekološka živila, vendar pa se ta razvija počasi in v majhnem obsegu. Nadaljnja rast deleža ekoloških živil v tem sektorju bo predvsem odvisna od ozaveščenosti potrošnikov oziroma njihovega povpraševanja o načinu pridelave/predelave živil. Trenutno stanje kaže, da pri percepciji kakovosti živil (tako za ponudnike kot potrošnike) veliko bolj pomembno vlogo igra izvor živila, torej da gre za domače oziroma lokalno živilo, kot to, ali je pridelano ekološko. S to percepcijo je povezano tudi naslednje vprašanje, ki si ga postavljajo ponudniki, ali in koliko več so potrošniki dejansko pripravljeni plačati za to. Ponudniki, ki se že odločajo za nabavo ekoloških živil, to počnejo predvsem iz lastnega prepričanja (o kakovosti in koristih ekološko pridelanih živil). Opozarjajo pa na zahtevnost postopkov in pravil glede trženja ekoloških živil v okviru njihove ponudbe. Večina ponudnikov je s temi pravili slabo seznanjenih.

Za izboljšanje dostopnosti slovenskih ekoloških živil se predstavnikom sektorja HORECA zdijo ključne podpore za spodbujanje proizvajalcev k povezovanju in skupnemu nastopu na trgu, saj bodo tako lažje zagotavljali širšo paleto ponudbe, večje količine in hkrati lažje investirali tudi v promocijo. Za izboljšanje z vidika cenovne dostopnosti slovenskih ekoloških živil pa so bile predlagane podpore za ponudnike storitev s tovrstno ponudbo.

Raziskava je pokazala, da je večina **ekoloških kmetij** tržno usmerjenih, vendar je med njimi velik delež takih kmetij, kjer kmetijstvo ni edini oziroma glavni vir prihodka. V povprečju ekološke kmetije prodajo tri četrtine lastnih pridelanih oziroma predelanih živil, preostalo je za lastno porabo. Slaba tretjina kmetij del svojih živil proda kot konvencionalna, ta delež je največji pri živinorejskih kmetijah (43 %).

Najpogostejša prodajna pot ekoloških živil je neposredna prodaja na kmetiji, ki jo uporablja kar 78 % anketiranih kmetij. Skoraj tretjina anketiranih kmetij uporablja tudi lastno prodajo na druge načine (splet, dostava na dom ...), četrtina prodaja na (ekoloških) tržnicah, petina pa javnim zavodom. Tretjina anketiranih kmetij prodaja preko zadrug oziroma drugih oblik tržnega povezovanja kmetov.

Glavni dejavnik pri prodaji ekoloških živil so kompetence kmetov na področju prodaje in viri, ki jih lahko namenijo temu aspektu delovanja. To se nadalje povezuje z vzpostavljenimi načini sodelovanja z velikimi kupci (trgovci, javni zavodi), pogoji sodelovanja, doseženo odkupno ceno ekoloških živil. Za vzpostavljanje partnerskega odnosa je pomembna kontinuiteta sodelovanja, ki pa jo zaradi nepredvidljivih vremenskih razmer kmetije samostojno težko zagotavljajo. Zato je za prodor v trgovske verige in javne zavode nujno povezovanje ekoloških kmetij.

Dobra polovica kmetij načrtuje, da bo prodaja v prihodnosti naraščala, predvidevamo lahko 12 % povprečno letno rast. Povečanje prodaje načrtujejo kmetije doseči predvsem z razširjenim obsegom pridelave ter razvojem novih prodajnih poti. Po drugi strani okoli 15 % kmetij namerava zmanjšati obseg pridelave in predelave, 5 % pa jih namerava izstopiti iz ekološke kontrole.



Tako lahko sklepamo, da v okviru obstoječih ekoloških kmetij obstaja potencial za rast ponudbe, ki pa je omejen, kar je povezano tudi s pomanjkanjem virov na kmetiji (delovna sila idr.), starostjo nosilcev in problematiko pridobivanja novih zemljišč.

Za povečanje obsega ponudbe slovenskih ekoloških živil je zato ključno, da čim večje število trenutnih ekoloških kmetij ostane vključenih v ekološko kontrolo, obenem pa spodbuditi vpis novih (konvencionalnih) kmetij v ekološko kontrolo. Pri tem je za povečanje prometa s slovenskimi ekološkimi živili zelo pomembno, da so te kmetije čim bolj tržno usmerjene.

V zadnjih letih smo sicer pričali negativnim trendom, saj se je rast vpisa novih kmetij v ekološko kontrolo tako rekoč zaustavila; v letu 2020 je bilo zaznati celo upad števila kmetij, vključenih v ekološko kontrolo. Zelo pereča je tudi problematika izstopov iz ekološke kontrole. S pričujočo raziskavo smo ugotovili, da se večja nevarnost za izstop iz ekološke kontrole pojavlja predvsem pri tistih kmetijah, kjer je pomemben del ekoloških živil prodanih kot konvencionalnih. To so predvsem živinorejci, pri katerih je (že vrsto let) problematično to, da so preslabo razvite predelovalne in tržne verige za mesne in mlečne izdelke, vendar pa se v zadnjem času stanje izboljšuje.

V ANEK-u (MKGP, 2022) je eden od ključnih ciljev, da do leta 2027 dosežemo vsaj 10 % delež ekoloških kmetij (trenutno 5,4 %) in vsaj 18 % delež ekoloških kmetijskih zemljišč (trenutno 11 %). Z doseganjem teh ciljev bi se ponudba slovenskih ekoloških živil lahko znatno povečala, kar bi pomenilo zlasti večji obseg slovenskih ekoloških živil v trgovskih verigah in tudi javnih zavodih.

Kot ključne ukrepe države za doseganje povečane ponudbe slovenskih ekoloških živil na trgu vidimo zlasti:

- V ustvarjanju podpornega okolja oziroma pospeševalne službe, ki bi aktivno spodbujala vključevanje novih kmetij v ekološko kontrolo, saj je za rast ponudbe domačih ekoloških živil nujno treba povečati število ekoloških kmetij, ki se ukvarjajo s tržno pridelavo in predelavo. Hkrati je treba te kmetije ter tudi obstoječe ekološke kmetije strokovno podpreti, zlasti na področju trženja in razvoja prodajnih poti ter mreženja z različnimi akterji na področju povpraševanja in ponudbe (organizacije, ki povezujejo kmete, javni zavodi, trgovci, sektor HORECA idr.). Ugotovili smo namreč, da obstaja vrzel med proizvajalci na eni strani in trgovci oziroma javnimi zavodi na drugi. Ti si namreč želijo več domačih ekoloških živil, a ena od pomembnih ovir je tudi, da ni dovolj sodelovanja in komunikacije.
- V spodbujanju tržnega povezovanja ekoloških kmetij ter razvoja kratkih verig in lokalnih trgov, saj lahko le na ta način nastane pomemben premik v obsegu ponudbe slovenskih ekoloških živil v trgovskih verigah, javnih zavodih in sektorju HORECA. Kmetije preko zadrug in drugih oblik tržnega povezovanja ter drugih distributerjev in predelovalnih obratov prodajo za dobro petino vseh ekoloških živil. Dobra desetina kmetij se sicer namerava v prihodnjih letih (na novo) vključiti v zadruge in druge oblike povezovanja, kar pomeni, da se bo prodaja po tej prodajni poti povečala. Vseeno pa je treba kmetije dodatno spodbujati in motivirati k tržnemu povezovanju in zagotoviti dovolj sredstev na tem področju. V novem programskem obdobju se zato, poleg že ustaljenih ukrepov oziroma intervencij (npr. Skupina proizvajalcev), veliko

pričakuje tudi od nove intervencije »Regijski pristop povezovanja lokalnih proizvodov s poudarkom na ekoloških proizvodih«.

- Okrepiti promocijsko kampanjo »EKOLOŠKO + LOKALNO = IDEALNO« in ozaveščanje potrošnikov. Trenutno je finančnih sredstev, ki jih za kampanjo namenja država, premalo, da bi bila kampanja lahko (dovolj) učinkovita. Zato bi bilo treba povečati državna sredstva in tudi razmisliti o finančnem prispevku ekoloških kmetij in drugih deležnikov na področju trženja ekoloških živil za izvedbo te kampanje. Pri tem je nujno, da se v te aktivnosti aktivneje vključijo tudi trgovske verige.
- V podpori za investiranje v pridelavo, predelavo in trženje ter za zagon tržnih ekoloških kmetij, kakor je predvideno tudi v ANEK.
- V zagotavljanju ustreznega modela neposrednih plačil, saj so ta še vedno zelo pomemben dejavnik pri odločitvi za preusmerjanje kmetij v ekološko kmetijstvo, pa tudi pri odločitvi za nadaljevanje ekološkega kmetovanja (na obstoječih ekoloških kmetijah).

## LITERATURA IN VIRI:

### Statistični in drugi podatki (razpoložljivi do 19. 9. 2022)

- FIBL, Podatki o ekološkem kmetijstvu v Evropi (Data on organic agriculture in Europe). <https://statistics.fibl.org/europe.html>
- Finančna uprava Republike Slovenije (FURS). Podatki o uvozu ekoloških živil od 2015 do 2020 (interno gradivo).
- Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano (MKGP). Podatki o ekološkem kmetijstvu v Sloveniji 2007–2020 (interno gradivo).
- Statistični urad RS (SURS, 2019). Podatki o prihodkih od prodaje hrane in pijače. <https://www.stat.si/StatWeb/Field/Index/11/58>

### Drugi viri

- Bratanič, J. (2018): Kdo lahko ustavi pohod diskontnih trgovcev. Pridobljeno 1. 6. 2022. <https://svetkapitala.delo.si/ikonomija/kdo-lahko-ustavi-pohod-diskontnih-trgovcev/>
- Evropska komisija (2021): Akcijski načrt za razvoj ekološke pridelave.
- Ministrstvo za kmetijstvo in okolje (2015): Anketa o kratkih verigah 2014.
- Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano (2022): Akcijski načrt za razvoj ekološkega kmetijstva do leta 2027 (ANEK).
- Slabe, A. M. in sod. (2010): Zaključno poročilo projekta CRP »Analiza stanja in potencialov za rast ponudbe ekoloških proizvodov v luči doseganja ciljev Akcijskega načrta za razvoj ekološkega kmetijstva v Sloveniji do leta 2015«, ITR, Ljubljana.
- Uredba (EU) 2018/848 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 30. maja 2018 o ekološki pridelavi in označevanju ekoloških proizvodov in razveljavitvi Uredbe Sveta (ES) št. 834/2007 (2018/848)

