



Европейска
комисия

Експресно проучване на Евробарометър No 535

Екомаркировката на ЕС

Докладване



Орк Fieldw: 2
023
септември

Publicat ion
(Публикуван
йон):

октомври 2023 г.

Проучване, поискано от Европейската комисия, Генерална дирекция „Околна среда“ и
координирано от Генерална дирекция „Комуникации“

Настоящият документ не представя гледната точка на Европейската комисия.

Тълкуванията и мненията, съдържащи се в него, са единствено на авторите.

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Ipsos Европейски обществени въпроси



*Eŭropo
Demokratio
Esperanto*

Документ, изготвен от Pierre Dieumegard за [Europokune](#)- Europe Together- and [Europe Democracy Esperanto](#).

Целта на този "временен" документ е да даде възможност на повече хора в Европейския съюз да се запознаят с документи, изготвени от Европейския съюз (и финансирани от техните данъци).

Ако няма преводи, гражданите се изключват от дебата.

Този документ „Евробарометър“ съществуваше само на английски език в pdf файл. От първоначалния файл създадохме odt-файл, подготвен от софтуера Libre Office, за машинен превод на други езици. Резултатите вече са достъпни на всички официални езици.

Желателно е администрацията на ЕС да поеме превода на важни документи. „Важни документи“ са не само законовите и подзаконовите актове, но и важната информация, необходима за вземането на информирани решения заедно.

За да обсъдим заедно нашето общо бъдеще и да дадем възможност за надеждни преводи, международният език есперанто би бил много полезен поради своята простота, редовност и точност.

Свържете се с нас:

[Контакту nin-Ek ! Eŭropo kune !](#)

<https://e-d-e.org/-Kontakti-EDE>

Експресно проучване на Евробарометър No 535

Екомаркировката на ЕС

Докладване

септември 2023 г.

Проучване, проведено от Ipsos European Public Affairs по искане на Европейската комисия,
Генерална дирекция „Околна среда“
Проучване, координирано от Европейската комисия, Генерална дирекция „Комуникация“
(Отдел „Медиен мониторинг и Евробарометър“ на Генерална дирекция за комуникация)

Наименование на проекта	Експресно проучване на Евробарометър No 535 „Екомаркировка на ЕС“ — септември 2023 г.
Езикова версия	Докладване На английски език
Номер на каталога	КН-03-23-410-EN-N
ISBN	978-92-68-08062-7
© Европейски съюз, 2023 г.	дой:10.2779/463334

<https://europa.eu/eurobarometer>

Съдържание

Въведение.....	1
Основни констатации.....	3
Екологичният потребител.....	3
Осведоменост за екомаркировката на ЕС.....	3
Доверие в екомаркировката на ЕС.....	4
Закупуване на продукти с екомаркировката на ЕС.....	4
Етикети и твърдения за екологосъобразност.....	5
Раздел 1. Екологичният потребител.....	6
1.1. Значение на цената, качеството и марката спрямо въздействието върху околната среда.....	6
1.2. Закупуване на продукти с по-слабо въздействие върху околната среда.....	11
Раздел 2. Осведоменост за екомаркировката на ЕС.....	16
2.1. Осведоменост за логото на екомаркировката на ЕС.....	16
2.2. Общи познания за екомаркировката на ЕС.....	18
2.3. Доверие в екомаркировката на ЕС.....	24
Раздел 3. Закупуване на продукти с екомаркировката на ЕС.....	25
3.1. Честота на закупуване на продукти с екомаркировки.....	25
3.2. Често купувани продукти с екомаркировката на ЕС.....	31
3.3. Предлагане на повече продукти с екомаркировката на ЕС.....	38
3.4. Закупуване на продукти с екомаркировката на ЕС в супермаркети, биомагазини и онлайн.....	44
3.5. Причини да не се купуват продукти с екомаркировката на ЕС.....	47
Раздел 4. Етикети и твърдения за екологосъобразност.....	51
Технически спецификации.....	55
Приложение към данните.....	63

Въведение

Екомаркировката на ЕС е световноизвестна доброволна схема за популяризиране на стоки и услуги, които ясно демонстрират отлични екологични постижения въз основа на стандартизирани процеси и научни доказателства. Тя стартира през 1992 г., за да помогне на потребителите, търговците на дребно и бизнеса да направят наистина устойчив избор. Днес това е една от най-големите и най-известни схеми в много държави от ЕС. Независимо дали става въпрос за хартия, почистващи продукти, козметика, дрехи, материали „направи си сам“ или хотели, има нарастващ списък от зелени продуктови групи, които вече са отворени за сертифициране.¹



30 години след стартирането на екомаркировката на ЕС Генерална дирекция „Околна среда“ на Европейската комисия поръча експресно проучване на Евробарометър за оценка на осведомеността на гражданите на ЕС за екомаркировката на ЕС, както и на отношението им към екологичното етикетиране като цяло.

Ipsos European Public Affairs интервюира представителна извадка от граждани на възраст 15 и повече години във всяка от 27-те държави — членки на Европейския съюз. Между 5 септември 2023 г. и 13 септември 2023 г. бяха проведени 26 635 интервюта чрез уеб интервюта с помощта на компютър (CAWI), като бяха използвани онлайн панелите на Ipsos и тяхната партньорска мрежа.

Данните от проучванията, представени в настоящия доклад, са претеглени спрямо известните пропорции на населението. Средните стойности за ЕС-27 са претеглени в зависимост от броя на населението над 15 години във всяка държава — членка на ЕС. Процентите може да не достигнат 100 %, тъй като са закръглени до най-близкия процент. Поради закръгляване може да се случи процентите за отделните опции за отговор, показани в диаграмите, да не се сумират точно до общите суми, посочени в текста. Процентите на отговорите надвишават 100%, ако въпросът е позволил на респондентите да изберат няколко отговора. В настоящия доклад държавите се обозначават с официалното си съкращение. Съкращенията, използвани в настоящия доклад, съответстват на:

Белгия	Белгия	Франция	Франция	NL	Нидерландия
BG	България	HR	Хърватия	AT	Австрия
CZ	Чехия	IT	Италия	PL	Полша
DK	Дания	CY	Република Кипър	PT	Португалия
DE	Германия	LV	Латвия	RO	Румъния
EE	Естония	LT	Литва	SI	Словения
IE	Ирландия	LU	Люксембург	SK	Словакия
EL	Гърция	HU	Унгария	FI	Финландия
ES	Испания	MT	Малта	SE	Швеция

1 Източник: https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel-home/about-eu-ecolabel_en

* Кипър като цяло е една от 27-те държави-членки на ЕС. Достиженията на правото на ЕС обаче са преустановени в частта от страната, която не се контролира от правителството на Република Кипър. От практически съображения интервютата се провеждат само в частта от страната, контролирана от правителството на Република Кипър.

Основни констатации

Екологичният потребител

- Качеството и цената на продукта са двата най-важни аспекта при решенията за покупка на потребителите, като 97% от респондентите отговарят, че качеството на продукта е „много“ или „по-скоро важно“ за тях, а 94% отговарят същото за цената на продукта. За сравнение, 73% от респондентите считат въздействието на продукта върху околната среда за „много“ или „по-скоро важно“ при вземането на решения за това какви продукти да купят. Марката на продукта се разглежда като по-малко важна, като 61% я считат за „много“ или „по-скоро важна“.
- Въпреки че във всички държави членки мнозинството от респондентите отговарят, че въздействието на даден продукт върху околната среда е „много“ или „по-скоро важно“ при решенията им за покупка, има големи разлики в размера на тези мнозинства (от 53 % в Естония до 85 % в Португалия).
- Общо около осем от всеки десет респонденти са съгласни, че закупуването на продукти с по-ниско въздействие върху околната среда има значение за околната среда (33 % са „напълно съгласни“ и 48 % са „донякъде съгласни“). По-малък дял — но все пак мнозинство — са съгласни, че са закупили продукти конкретно поради по-слабото им въздействие върху околната среда (18 % „напълно съгласни“ и 42 % „донякъде съгласни“).

Осведоменост за екомаркировката на ЕС

- На респондентите беше показано логото на екомаркировката на ЕС и те попитаха дали са виждали логото преди това. По-нисък процент от респондентите в целия ЕС (38 %) съобщават, че са виждали логото преди, в сравнение с тези, които показват, че не са го виждали (48 %). Около един на всеки седем респонденти (14%) отговаря, че не знае дали е виждал логото преди.
- Франция (61 %) е единствената държава, в която повече от половината респонденти отговарят, че са видели логото за екомаркировка на ЕС. В другите държави членки делът на отговорилите с „да“ варира между 20 % (в Ирландия) и 49 % (в Дания, Естония и Италия).
- След това на респондентите бяха представени четири факта — и едно невярно твърдение — относно екомаркировката на ЕС и бяха запитани дали те са верни или неверни.
 - Представени с твърдението „за да получат екомаркировката на ЕС, продуктите трябва да отговарят на строги екологични критерии“, 69 % от респондентите дават правилния отговор и отговарят, че твърдението е вярно.
 - 60 % отговарят, че твърдението, че „екомаркировката на ЕС се присъжда на продукти с по-слабо въздействие върху околната среда в сравнение с подобни продукти на пазара“, е вярно.
 - Повече от половината респонденти (56 %) потвърждават, че екомаркировката на ЕС е знакът на Европейския съюз за отлични екологични постижения.



- 50 % отговарят, че твърдението „екомаркировката на ЕС е независимо проверен етикет, който дружествата могат да решат да поставят върху своите продукти, за да покажат, че са екологосъобразни“, е вярно.
- 41 % отговарят, че твърдението „екомаркировката на ЕС се присъжда на биологични храни и напитки“ е вярно, въпреки че това твърдение е невярно, тъй като понастоящем няма продуктова група за хранителни или фуражни продукти в рамките на схемата за екомаркировка на ЕС.

Доверие в екомаркировката на ЕС

- Средно в целия ЕС три четвърти от респондентите като цяло са съгласни, че имат доверие, че продуктите с екомаркировката на ЕС действително имат по-ниско въздействие върху околната среда в сравнение с подобни продукти на пазара (28 % са „напълно съгласни“ и 46 % са „донякъде съгласни“).
- На равнището на отделните държави степента на съгласие за това изявление варира между 66 % в Чехия и 88 % в Румъния.

Закупуване на продукти с екомаркировката на ЕС

- Повече от шест от всеки десет респонденти отговарят, че купуват продукти с екологични етикети или „често“ (16 %), или „понякога“ (47 %). За сравнение, около четирима от всеки десет респонденти отговарят, че „често“ (8 %) или „понякога“ (30 %) купуват продукти с екомаркировката на ЕС.
- Делът на респондентите, които „често“ купуват продукти с етикет на ЕС, е най-висок в Румъния (20 %), следвана от Италия (14 %). В Румъния (41 %), Италия (37 %), Франция (37 %) и Белгия (35 %) повече от една трета от респондентите „понякога“ купуват продукти с екомаркировка на ЕС.
- Делът на респондентите, които са закупили поне някои продукти с екомаркировката на ЕС, остава на или под една четвърт за всички категории продукти, обхванати от проучването. Например около една четвърт от респондентите (23 %), които са закупили „детергенти/почистващи продукти“ през последните 12 месеца, отговарят, че са закупили поне някои с екомаркировката на ЕС. Делът на респондентите, закупили поне някои продукти с екомаркировката на ЕС, е най-ниският — 11 % — за услуги за туристическо настаняване (хотел/лагери).
- За всички категории продукти, обхванати в проучването, респондентите, които биха искали да намерят повече продукти с екомаркировката на ЕС, значително надвишават тези, които казват обратното. Делът, който би искал да намери повече продукти с екомаркировката на ЕС, варира между 46 % за подови настилки/плочки и 71 % за текстил, облекло/обувки.
- От респондентите, които купуват продукти с екомаркировката на ЕС, 66 % отговарят, че най-често купуват такива продукти в супермаркетите. Около една четвърт от респондентите (24 %) най-често купуват продукти с екомаркировката на ЕС в биомагазини; същият дял (24 %) купуват продукти с екомаркировката на ЕС най-често онлайн.
- Респондентите, които никога не са купували продукти с екомаркировка на ЕС, бяха попитани за причините за тяхното решение. Най-често избраната причина е „Не търся екомаркировки върху продуктите, които купувам“ (40%). "Не се чувствам загрижен за проблемите на околната среда" е избран от 14% от анкетираните. Трима от всеки десет респонденти (30 %) отговарят, че не намират продукти с екомаркировката на ЕС там,

където пазаруват; следван от 23 %, които посочват като причина, че продуктите с екомаркировката на ЕС са твърде скъпи.

Етикети и твърдения за екологосъобразност

- Средно в целия ЕС около осем от всеки десет респонденти са съгласни, че дружествата често правят подвеждащи твърдения за екологосъобразност, което кара клиентите да вярват, че техният продукт или услуга са екологосъобразни (споразумението варира между 68 % в Чехия и 90 % в Хърватия).
- В същото време близо девет от всеки десет респонденти са съгласни, че за да бъде надежден, екомаркировката трябва да бъде проверена от независима организация (споразумението варира между 81 % в Дания и 93 % в Румъния).

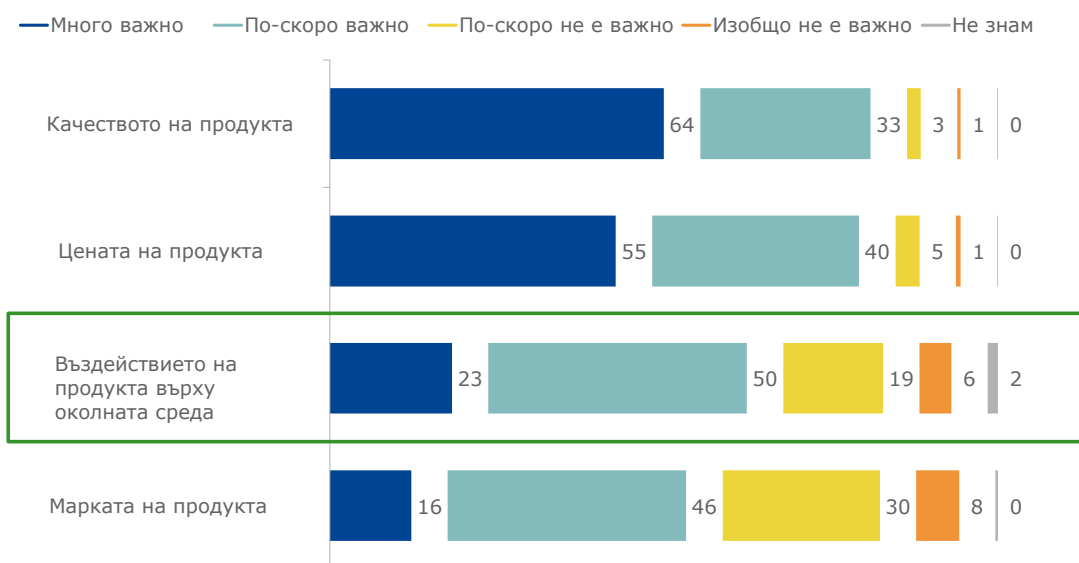
Раздел 1. Екологичният потребител

1.1. Значение на цената, качеството и марката спрямо въздействието върху околната среда

Респондентите първо бяха попитани за значението, което отдават на цената, качеството, марката и въздействието върху околната среда на даден продукт, когато решават какви продукти (стоки или услуги) да купят.

Качеството и цената на продукта са двата най-важни аспекта при решенията за покупка на потребителите, като 97 % от респондентите отговарят, че качеството на продукта е „много“ или „по-скоро важно“ за тях, а 94 % отговарят по същия начин за цената на продукта. За сравнение, 73% от анкетираните смятат, че въздействието на продукта върху околната среда е "много" или "по-скоро важно", когато вземат решения за това какви продукти да купят. Марката на продукта се разглежда като по-малко важна, като 61% я считат за "много" или "по-скоро важна".²

DX1 Колко важни са следните аспекти при вземането на решение за това какви продукти (стоки или услуги) да купите? (% за ЕС-27)



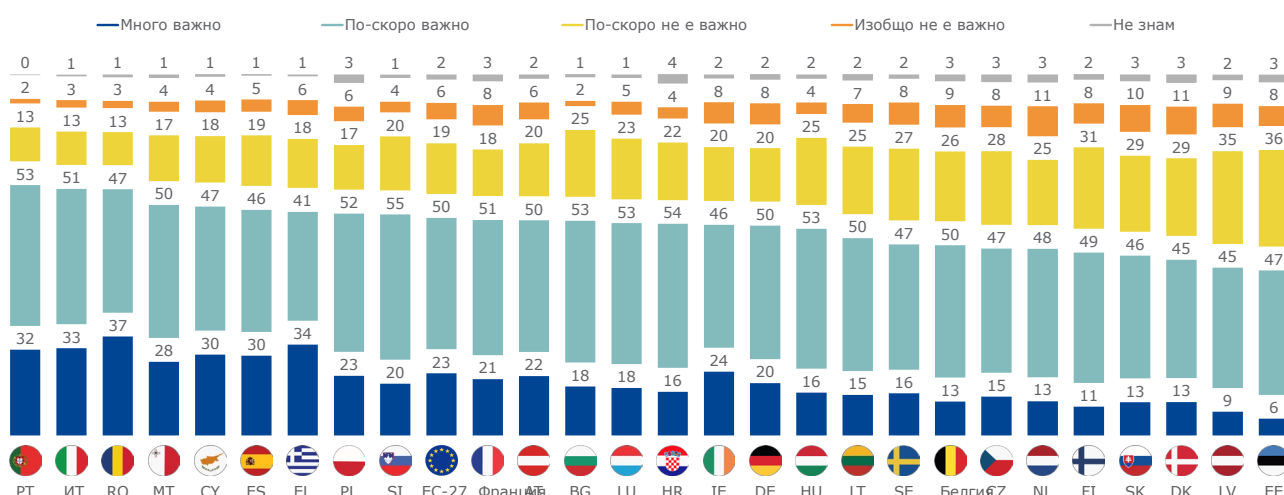
База: всички респонденти
(n=26635)

² Поради закръгляването процентите за отделните опции за отговор, показани в диаграмите, не винаги се добавят точно към общите суми, посочени в текста.

Въпреки че във всички държави членки мнозинството от респондентите отговарят, че въздействието на даден продукт върху околната среда е „много“ или „по-скоро важно“ при решенията им за покупка, има големи различия в размера на тези мнозинства. Въздействието на продукта върху околната среда се счита за „много“ или „по-скоро важен“ аспект при решенията за покупка от над осем от десет респонденти в Португалия (85 %), Италия (84 %) и Румъния (84 %), но от не повече от пет от десет респонденти в Естония (53 %) и Латвия (54 %). Освен това, въпреки че между 41 % и 55 % от респондентите във всички държави членки отговарят, че въздействието на даден продукт върху околната среда е „по-скоро важно“ в решенията им за покупка, делът, който отговаря на това е „много важен“ в решенията им за покупка, е много по-малък във всички държави членки (между 6 % в Естония и 37 % в Румъния).

DX1_1 Колко важни са следните аспекти при вземането на решение за това какви продукти (стоки или услуги) да се купят?

Въздействие на продукта върху околната среда (% по държави)



База: всички респонденти (n=26635)

В съответствие със средните резултати за ЕС, във всички държави членки качеството и цената на продукта са двата най-важни аспекта при решенията за покупка на потребителите (вж. таблицата на следващата страница). Общият дял на респондентите, които отговарят, че качеството на продукта е важен аспект при вземането на решения за това какви продукти да се купуват, варира от 94 % в Швеция до 99 % в България и Малта; за цената на продукта този дял варира между 86 % в Люксембург и 98 % в Португалия.

Освен това във всички държави членки, както се вижда и от средните резултати за ЕС, респондентите, които отговарят, че въздействието на даден продукт върху околната среда е „много“ или „по-скоро важно“ в решенията им за покупка, са повече от тези, които отговарят еднакво за марката на продукта. Тази марка на продукта се счита за важен аспект от между 40 % от респондентите в Естония и Финландия и 83 % в Румъния.

DX1 Колко важни са следните аспекти при вземането на решение за това какви продукти (стоки или услуги) да купите? (% Общо „Важно“ по държави)

	Качеството на продукта	Цената на продукта	Въздействието на продукта върху околната среда	Марката на продукта
EC-27	97	94	73	61
Белгия	96	95	63	51
BG	99	93	72	64
CZ	96	95	61	55
DK	95	92	57	42
DE	96	92	70	48
EE	96	94	53	40
IE	97	95	70	55
EL	98	96	75	61
ES	97	96	76	73
Франция	95	94	72	61
HR	97	96	71	52
ИТ	98	94	84	74
CY	98	96	77	63
LV	96	94	54	43
LT	98	96	65	52
LU	97	86	71	51
HU	96	95	69	45
MT	99	96	78	61
NL	97	95	61	53
AT	97	93	72	47
PL	97	97	75	77
PT	98	98	85	62
RO	97	97	84	83
SI	97	94	74	54
SK	95	95	59	50
FI	95	93	60	40
SE	94	92	63	56

База: всички респонденти (n=26 635)

Социално-демографски съображения

Жените (77%) са по-склонни от мъжете (69%) да отговорят, че въздействието на даден продукт върху околната среда е "много" или "по-скоро важно", когато вземат решения за това какви продукти да купят. За разлика от тях, мъжете (64%) са по-склонни от жените (59%) да считат, че марката на продукта е важна.

По-възрастните респонденти са по-склонни от по-младите да отговорят, че въздействието на даден продукт върху околната среда е „много“ или „по-скоро важно“ при решенията им за покупка (от 69 % за лицата на възраст 15—24 години до 76 % за лицата на възраст 55 и повече години); от друга страна, респондентите на възраст 25—54 години са по-склонни от по-младите и по-възрастните респонденти да считат марката на продукта за важен аспект (64 %—65 % спрямо 58 %—59 %).

Респондентите, които са напуснали училище преди 16-годишна възраст, са по-малко склонни от по-образованите респонденти да отговорят, че цената (88% срещу 95%-96%) и качеството на продукта (88% срещу 98%) са важни аспекти в техните решения за покупка. Не се наблюдават значителни разлики между образователните групи по отношение на въздействието върху околната среда или марката на продукта.

Работниците, упражняващи физически труд, отговарят в по-малка степен от респондентите в други професионални категории, че въздействието на даден продукт върху околната среда (67 % спрямо 72 %—74 %) и качеството на продукта (91 % спрямо 94 %—98 %) са важни аспекти при вземането на решения за това какви продукти да се купуват. Респондентите, които не работят, са малко по-склонни да отговорят, че цената на продукта е "много" или "по-скоро важна" (96% срещу 90%-94%), но е по-малко вероятно да отговорят същото за марката на продукта (59% срещу 64%-65%).

И накрая, делът на респондентите, които считат, че марката на продукта е важен аспект, е по-висок сред респондентите, живеещи в големи градове (64 %) и в малки и средни градове (63 %), отколкото сред респондентите, живеещи в селски райони (56 %).

DX1 Колко важни са следните аспекти при вземането на решение за това какви продукти (стоки или услуги) да купите? (% Общо „Важно“ по социално-демографски данни)

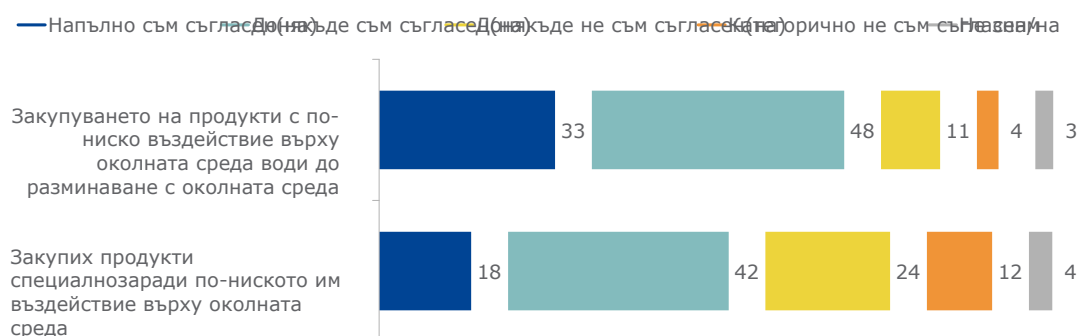
	Качеството на продукта	Цената на продукта	Въздействието на продукта върху околната среда	Марката на продукта
ЕС-27	97	94	73	61
Пол				
Мъже	96	94	69	64
Жени	97	95	77	59
Възраст				
15-24	91	89	69	58
25-39	95	93	71	64
40-54	98	96	72	65
>=55	99	96	76	59
Образование (възраст при завършване)				
До 15 години	88	88	75	63
16—19 години	98	96	72	61
20+ години	98	95	74	62
Все още учи	94	92	68	59
Професия				
Самостоятел но заето лице	94	91	73	64
Служител	97	94	72	64
Работник, ръчен труд	91	90	67	65
Нефункционални ращ	98	96	74	59
Урбанизация				
Селски район	96	93	71	56
Малък/ средно голям град	96	95	73	63
Голям град / град	98	95	74	64

База: всички респонденти (n=26 635)

1.2. Закупуване на продукти с по-слабо въздействие върху околната среда

Общо около осем от всеки десет респонденти са съгласни, че закупуването на продукти с по-слабо въздействие върху околната среда е от значение за околната среда (33 % са „напълно съгласни“, а 48 % са „донякъде съгласни“). По-малък дял — но все пак мнозинство — са съгласни, че са закупили продукти конкретно поради по-слабото им въздействие върху околната среда (18 % „напълно съгласни“ и 42 % „донякъде съгласни“).

DX2 Колко важни са следните аспекти при вземането на решение за това какви продукти (стоки или услуги) да купите? (% за ЕС-27)

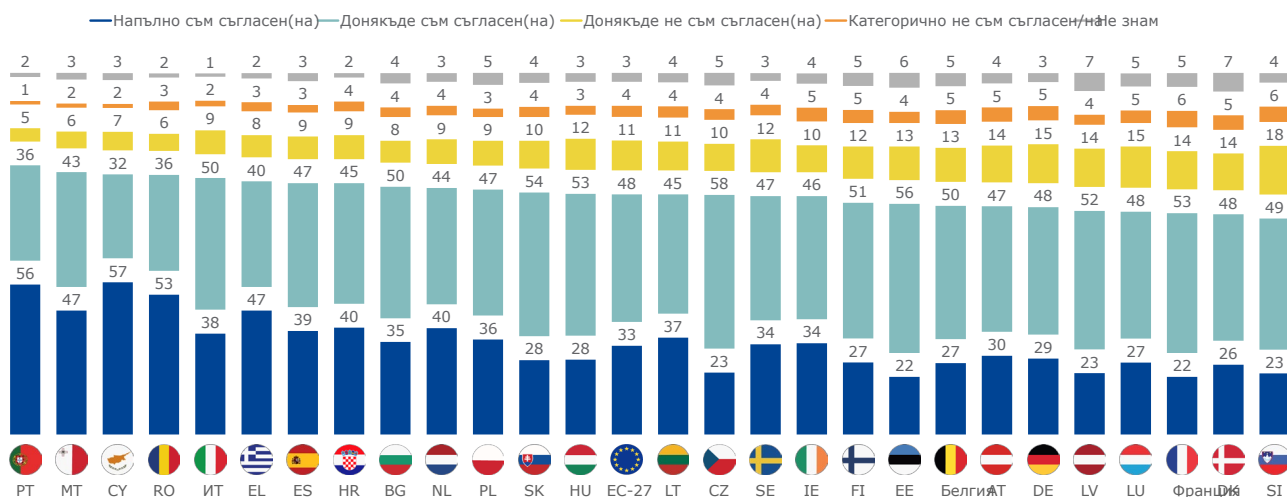


База: всички респонденти (n=26 635)

Във всички държави членки общо над седем от всеки десет респонденти са съгласни, че закупуването на продукти с по-слабо въздействие върху околната среда е от значение за околната среда. Най-високи дялове на съгласие се наблюдават в Малта (90 %) и Португалия (92 %), а най-ниски — в Словения (72 %), Франция и Дания (по 74 %).

DX2_1 Колко важни са следните аспекти при вземането на решение за това какви продукти (стоки или услуги) да се купят? (% по държави)

Закупуването на продукти с по-слабо въздействие върху околната среда има значение за околната среда

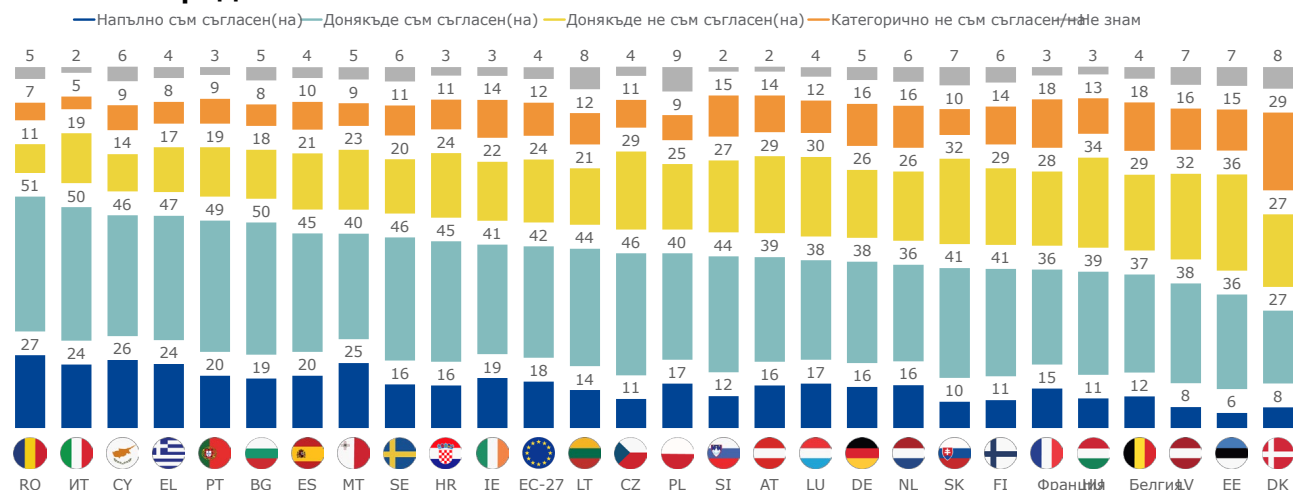


База: всички респонденти (n=26 635)

В 23 държави членки поне половината от респондентите са „напълно“ или „донякъде съгласни“, че са закупили продукти конкретно поради по-слабото им въздействие върху околната среда. В Румъния (78 %) и Италия (74 %) около три четвърти — или повече — от респондентите са съгласни с това твърдение; за разлика от тях по-малко от половината респонденти са съгласни в Дания (35 %), Естония (41 %), Латвия (46 %) и Белгия (49 %).

DX2_2 Колко важни са следните аспекти при вземането на решение за това какви продукти (стоки или услуги) да се купят? (% по държави)

Закупих продукти специално поради по-ниското им въздействие върху околната среда



Социално-демографски съображения

Жените са малко по-склонни от мъжете да се съгласят, че закупуването на продукти с по-ниско въздействие върху околната среда има значение за околната среда (84 % спрямо 79 %) и че те са закупили продукти специално поради по-ниското им въздействие върху околната среда (61 % спрямо 58 %).

Делът, който е съгласен, че закупуването на продукти с по-ниско въздействие върху околната среда има значение за околната среда, е малко по-висок сред респондентите на възраст над 40 години (82 % спрямо 79 %—80 %), докато респондентите на възраст 25—54 години донякъде по-често са съгласни, че са закупили продукти конкретно поради по-ниското им въздействие върху околната среда (61 % спрямо 57 %—59 %).

Респондентите, които са завършили образованието си на възраст 20 или повече години, са малко по-склонни да се съгласят, че закупуването на продукти с по-ниско въздействие върху околната среда има значение за околната среда (83 % спрямо 80 %—81 %). Съгласието с твърдението „Закупих продукти конкретно поради по-слабото им въздействие върху околната среда“ е малко по-ниско сред респондентите, завършили образованието си на възраст 16—19 години (57 % спрямо 62 %).

Най-малко вероятно е работниците, полагащи физически труд, да се съгласят, че закупуването на продукти с по-слабо въздействие върху околната среда е от значение за околната среда (75 % спрямо 81 %—83 % в другите професионални групи) и че те са закупили продукти специално поради по-слабото си въздействие върху околната среда (55 % спрямо 58 %—62 %).

И накрая, респондентите, живеещи в селски райони, са по-малко склонни от респондентите, живеещи в по-градски райони, да се съгласят, че закупуването на продукти с по-слабо

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

въздействие върху околната среда има значение за околната среда (79 % спрямо 83 %—82 %) и че са закупили продукти специално поради по-слабото им въздействие върху околната среда (56 % спрямо 60 %—62 %).

DX2 До каква степен сте съгласен(на) или несъгласен(на) със следните твърдения? (%
Общо „Съгласен(на) съм“ по социално-демографски данни)

	Закупуването на продукти с по-слабо въздействие върху околната среда има значение за околната среда	Закупих продукти специално поради по-ниското им въздействие върху околната среда
ЕС-27	81	59
Пол		
Мъже	79	58
Жени	84	61
Възраст		
15-24	79	57
25-39	80	61
40-54	82	61
>=55	82	59
Образование (възраст при завършване)		
До 15 години	80	62
16—19 години	81	57
20+ години	83	62
Все още учи	81	59
Професия		
Самостоятелно заето лице	82	62
Служител	81	61
Работник, ръчен труд	75	55
Нефункциониращ	83	58
Урбанизация		
Селски район	79	56
Малък/средно голям град	82	60
Голям град / град	83	62
База: всички респонденти (n=26 635)		

Раздел 2. Осведоменост за екомаркировката на ЕС

2.1. Осведоменост за логото на екомаркировката на ЕС

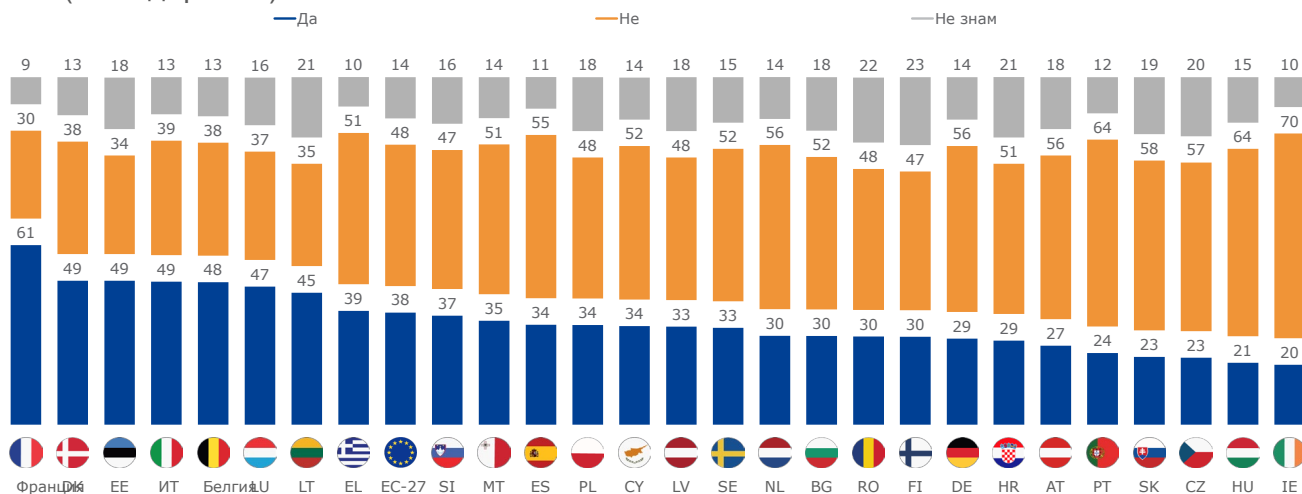


На респондентите беше показано логото на екомаркировката на ЕС и те попитаха дали са виждали логото преди това. Резултатите показват, че по-висок процент от респондентите в целия ЕС (48 %) съобщават, че не са виждали логото преди, в сравнение с тези, които посочват, че са го виждали (38 %). Освен това около един на всеки седем респонденти (14 %) отговаря, че не знае дали е виждал логото преди.

Франция (61 %) е единствената държава, в която повече от половината респонденти отговарят, че са видели логото за екомаркировка на ЕС. В другите държави членки делът на респондентите, отговорили с „да“, варира от около една пета от респондентите в Ирландия (20 %) и Унгария (21 %)

до близо половината от респондентите в Белгия (48 %), Дания, Естония и Италия (всички 49 %).

Q1 Моля, разгледайте внимателно логото, показано по-долу. Виждали ли сте това лого преди?
(% по държави)



База: всички респонденти (n=26 635)

Делът на респондентите, които са видели знака за екомаркировка на ЕС, е най-нисък сред лицата на възраст 55 и повече години (33 % спрямо 39 % от лицата на възраст 40—54 години и 43 %—44 % за лицата на възраст 15—39 години) и сред неработещите респонденти (33 % спрямо например 48 % от самостоятелно заетите респонденти). Сред респондентите, които отговарят, че въздействието на даден продукт върху околната среда е важно при вземането на решения за покупка, 43 % съобщават, че са видели логото на екомаркировката

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

на ЕС; тази цифра е 26 % за онези, които не са загрижени за въздействието върху околната среда на продуктите, които купуват.

2.2. Общи познания за екомаркировката на ЕС

След това на респондентите бяха представени четири факта — и едно невярно твърдение — относно екомаркировката на ЕС и бяха запитани дали те са верни или неверни. Представени с твърдението „за да получат екомаркировката на ЕС, продуктите трябва да отговарят на строги екологични критерии“, 69 % от респондентите дават правилния отговор и отговарят, че твърдението е вярно, в сравнение с 5 %, които смятат, че това твърдение е невярно, и 27 %, които признават, че не знаят дали твърдението е вярно или невярно. Шест от всеки десет респонденти (60 %) отговарят, че твърдението, че „екомаркировката на ЕС се присъжда на продукти с по-слабо въздействие върху околната среда в сравнение с подобни продукти на пазара“, е вярно. За сравнение, 8% отговарят, че това твърдение е невярно, а 32% „не знам“. Повече от половината респонденти (56 %) потвърждават, че екомаркировката на ЕС е знакът на Европейския съюз за високи постижения в областта на околната среда, докато 7 % отговарят, че това твърдение е невярно, а 36 % — „не знам“. Един от всеки двама респонденти отговаря, че твърдението „екомаркировката на ЕС е независимо проверен етикет, който дружествата могат да решат да поставят върху своите продукти, за да покажат, че са екологосъобразни“ е вярно; 11 % отговарят, че твърдението е невярно, а 39 % „не знам“.

Около четирима от всеки десет респонденти (41 %) отговарят, че твърдението „екомаркировката на ЕС се присъжда на биологични храни и напитки“ е вярно, въпреки че това твърдение е невярно, тъй като понастоящем няма продуктова група за хранителни или фуражни продукти в рамките на схемата за екомаркировка на ЕС. Около един на всеки седем респонденти (15%) дава правилен отговор и отговаря, че твърдението е невярно. Повече от четирима от всеки десет респонденти (44%) не знаят дали твърдението е вярно или невярно.

Q2 Показаното лого е това на екомаркировката на ЕС. Според Вас кое от следните твърдения за екомаркировката на ЕС е вярно или невярно? (% за ЕС-27)



Понастоящем няма продуктова група за хранителни или фуражни продукти в рамките на схемата на ЕС за екомаркировка.

База: всички респонденти
(n=26 635)

Във всички държави членки мнозинството от респондентите смятат, че твърденията „за да получат екомаркировката на ЕС, продуктите трябва да отговарят на строги екологични критерии“ са верни (от 53 % в Нидерландия до 85 % в Румъния). В повечето държави малко по-малък процент отговарят, че твърдението, че „екомаркировката на ЕС се присъжда на продукти с по-слабо въздействие върху околната среда в сравнение с подобни продукти на пазара“, е вярно (между 47 % в Германия и 72 % в Хърватия). Делът на респондентите, които отговарят, че твърдението „Екомаркировката на ЕС е знакът на Европейския съюз за високи екологични постижения“ е вярно, е най-висок в Хърватия (71 %), Дания (69 %) и България (68 %) и най-нисък в Нидерландия (37 %) и Чехия (39 %). По подобен начин между 38 % от респондентите в Унгария и 63 % в Румъния смятат, че твърдението „екомаркировката на ЕС е независимо проверен етикет, който дружествата могат да решат да поставят върху своите продукти, за да покажат, че са екологосъобразни“ е вярно.

Във всички държави не повече от един на всеки пет респонденти знае, че твърдението, че „екомаркировката на ЕС се присъжда на биологични храни и напитки“, е невярно — от 6 % в Литва, 7 % в Полша и 8 % в България и Румъния до 18 % в Германия и Малта, 19 % в Дания и Франция и 20 % в Италия.

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

Q2 Показаното лого е това на екомаркировката на ЕС. Според Вас кое от следните твърдения за екомаркировката на ЕС е вярно или невярно? (% верни отговори по държави)

		Вярно		Фалшиви	
	За да получат екомаркировката на ЕС, продуктите трябва да отговарят на строги екологични критерии	Екомаркировката на ЕС се присъжда на продукти с по-слабо въздействие върху околната среда в сравнение с подобни продукти на пазара.	Екомаркировката на ЕС е знакът на Европейския съюз за високи постижения в областта на околната среда	Екомаркировката на ЕС е независимо проверен етикет, който дружествата могат да решат да поставят върху своите продукти, за да покажат, че са екологосъобразни.	Екомаркировката на ЕС се присъжда на биологични храни и напитки
EC-27	69	60	56	50	15
Белгия	67	60	49	49	15
BG	71	61	68	57	8
CZ	63	56	39	47	10
DK	67	62	69	43	19
DE	61	47	55	40	18
EE	63	54	48	40	11
IE	61	55	54	49	11
EL	74	64	55	52	11
ES	70	63	64	54	13
Франция	73	71	54	53	19
HR	79	72	71	53	10
ИТ	73	67	57	55	20
CY	79	60	54	51	11
LV	62	54	46	45	10
LT	71	70	59	39	6
LU	69	65	53	49	16
HU	66	61	57	38	16
MT	77	66	66	57	18
NL	53	51	37	43	15
AT	67	53	60	48	13
PL	70	59	57	53	7
PT	74	62	65	52	10
RO	85	68	62	63	8
SI	72	68	64	59	10
SK	64	55	51	47	9
FI	64	60	59	57	9
SE	64	56	56	43	9

База: всички респонденти (n=26 635)

Социално-демографски съображения

Разликите в дела на респондентите, които правилно идентифицират четирите факта за екомаркировката на ЕС, обикновено са предимно незначителни. Делът на отговорилите, че твърдението „екомаркировката на ЕС се присъжда на биологични храни и напитки“ е невярно, е по-висок за по-младите респонденти (от 12 % за лицата на възраст 55 и повече години до 20 % за лицата на възраст 15—24 години), респондентите с по-ниско образование (20 % спрямо 14 % от лицата, завършили образованието си на възраст 20 или повече години) и респондентите, които са видели екомаркировката на ЕС (20 % спрямо 12 % от лицата, които не са видели логото).

Q2 Показаното лого е това на екомаркировката на ЕС. Според Вас кое от следните твърдения за екомаркировката на ЕС е вярно или невярно? (% верни отговори по социално-демографски данни)

		Вярно		Фалшиви	
		За да получат екомаркировката на ЕС, продуктите трябва да отговарят на строги екологични критерии	Екомаркировката на ЕС се присъжда на продукти с по-слабо въздействие върху околната среда в сравнение с подобни продукти на пазара.	Екомаркировката на ЕС е знакът на Европейския съюз за високи постижения в областта на околната среда	Екомаркировката на ЕС е независимо проверен етикет, който дружествата могат да решат да поставят върху своите продукти, за да покажат, че са екологосъобразни
ЕС-27	69	60	56	50	15
Пол					
Мъже	68	60	57	51	15
Жени	70	60	56	49	14
Възраст					
15-24	67	58	56	50	20
25-39	68	61	57	51	17
40-54	70	63	57	52	15
>=55	69	59	55	48	12
Образование (възраст при завършване)					
До 15 години	66	56	56	52	20
16—19 години	69	59	56	47	20
20+ години	71	63	58	52	14
Все още учи	68	59	55	52	18
Професия					
Самостоятелно заето лице	69	62	58	54	16
Служител	69	62	58	52	16
Работник, ръчен труд	68	58	58	49	16
Нефункциониращ	69	59	55	48	13
Урбанизация					
Селски район	67	57	55	49	15
Малък/средно голям град	69	61	56	50	15

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

Голям град / град	70	62	58	51	14
-------------------	----	----	----	----	----

Значение на въздействието на даден продукт върху околната среда при вземането на решения за покупка					
---	--	--	--	--	--

Общо „Важно“	74	65	61	54	14
--------------	----	----	----	----	----

Общо „Не е важно“	56	49	44	39	17
-------------------	----	----	----	----	----

Виждал е екомаркировката на ЕС преди					
--------------------------------------	--	--	--	--	--

Yes	83	77	72	65	20
-----	----	----	----	----	----

Ne	58	48	45	40	12
----	----	----	----	----	----

База: всички респонденти (n=26 635)

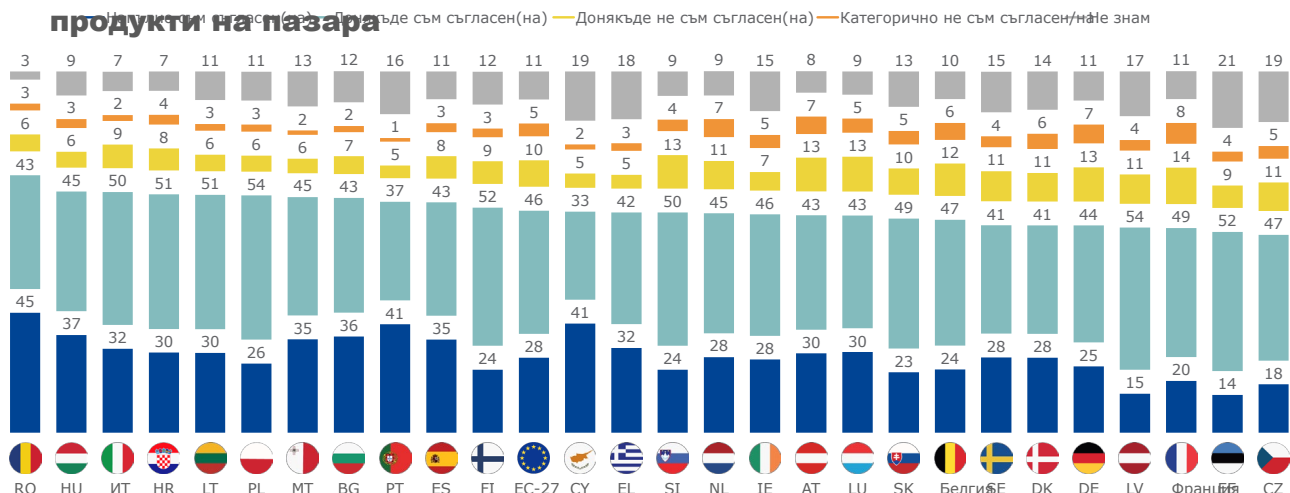
2.3. Доверие в екомаркировката на ЕС

Средно в целия ЕС три четвърти от респондентите като цяло са съгласни, че вярват, че продуктите с екомаркировката на ЕС действително имат по-ниско въздействие върху околната среда в сравнение с подобни продукти на пазара (28 % са „напълно съгласни“ и 46 % са „донякъде съгласни“).³

В Румъния 88 % от респондентите са „силно“ или „донякъде съгласни“, че вярват, че продуктите с екомаркировката на ЕС действително имат по-слабо въздействие върху околната среда в сравнение с подобни продукти на пазара. Равнището на съгласие намалява до около две трети от респондентите в Чехия (66 %) и Естония (67 %), Франция (68 %) и Латвия (68 %).⁴ Делът „напълно съгласен“ варира между 14 % в Естония и 45 % в Румъния.

B7_1 До каква степен сте съгласен(на) или несъгласен(на) със следните твърдения?
(% по държави)

Вярвам, че продуктите с екомаркировка на ЕС наистина имат по-слабо въздействие върху околната среда в сравнение с подобни продукти на пазара



База: всички респонденти (n=26 635)

Съществуват малко различия между социално-демографските групи по отношение на доверието в екомаркировката на ЕС. Жените (77 %) са малко по-склонни от мъжете (73 %) да се съгласят с твърдението „Вярвам, че продуктите с екомаркировката на ЕС действително имат по-слабо въздействие върху околната среда в сравнение с подобни продукти на пазара“.

3 След като респондентите бяха попитани дали са виждали екомаркировката на ЕС преди (първо тримесечие) и кои твърдения за екомаркировката на ЕС са верни или неверни (второ тримесечие), беше дадено кратко обяснение за екомаркировката на ЕС. След като получи тази информация, на респондентите бяха зададени различни последващи въпроси, като например дали имат доверие, че продуктите с екомаркировката на ЕС наистина имат по-ниско въздействие върху околната среда.

4 Поради закръгляването процентите за отделните опции за отговор, показани в диаграмите, не винаги се добавят точно към общите суми, посочени в текста.

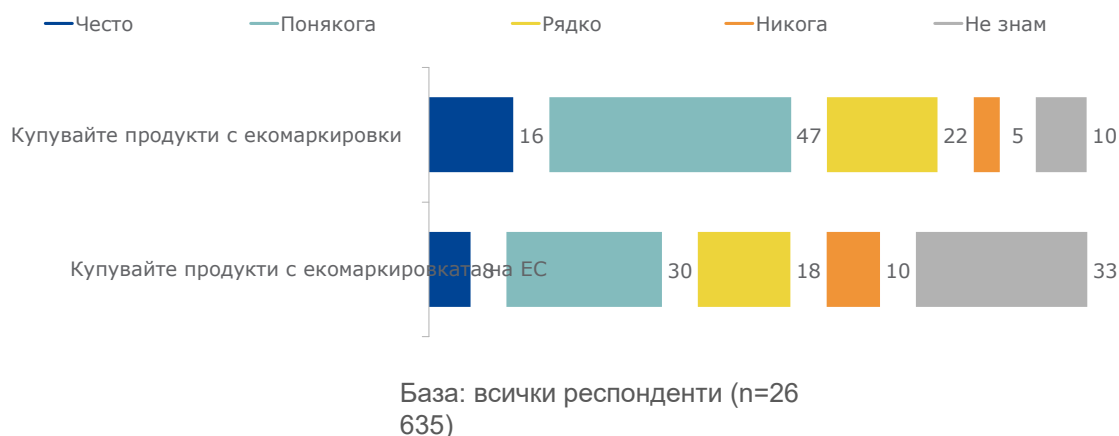
Раздел 3. Закупуване на продукти с екомаркировката на ЕС

3.1. Честота на закупуване на продукти с екомаркировки

Повече от шест от всеки десет респонденти отговарят, че купуват продукти с екомаркировки „често“ (16 %) или „понякога“ (47 %). За разлика от тях около един на всеки пет респонденти (22 %) рядко купува продукти с екомаркировки, а 5 % никога не купува продукти с екомаркировки. Един на всеки десет респонденти (10 %) не е сигурен дали някои от продуктите, които купува, имат екомаркировка.

Респондентите бяха запитани също така колко често купуват продукти с екомаркировката на ЕС. На този въпрос около четирима от всеки десет респонденти отговарят, че „често“ (8 %) или „понякога“ (30 %) купуват продукти с екомаркировката на ЕС. Около един на всеки шест респонденти (18 %) отговаря, че рядко купуват продукти с екомаркировката на ЕС, а 10 % — че никога не купуват продукти с екомаркировката на ЕС. В съответствие с относително високия дял на респондентите, които никога не са виждали логото за екомаркировка на ЕС, 33 % от респондентите „не знаят“ дали купуват продукти с екомаркировка на ЕС или не.

Q3 Колко често...? (% за ЕС-27)



Сред респондентите, които съобщават, че са виждали екомаркировката на ЕС преди, около седем от всеки десет отговарят, че купуват продукти с етикет „често“ (17 %) или „понякога“ (52 %). Около един на всеки шест от тези респонденти (18 %) отговаря, че рядко купуват продукти с екомаркировката на ЕС, а 3 % — че никога не купуват продукти с екомаркировката на ЕС. Около един на десет (9%) "не знам".

T3 Колко често...? (% за ЕС-27)



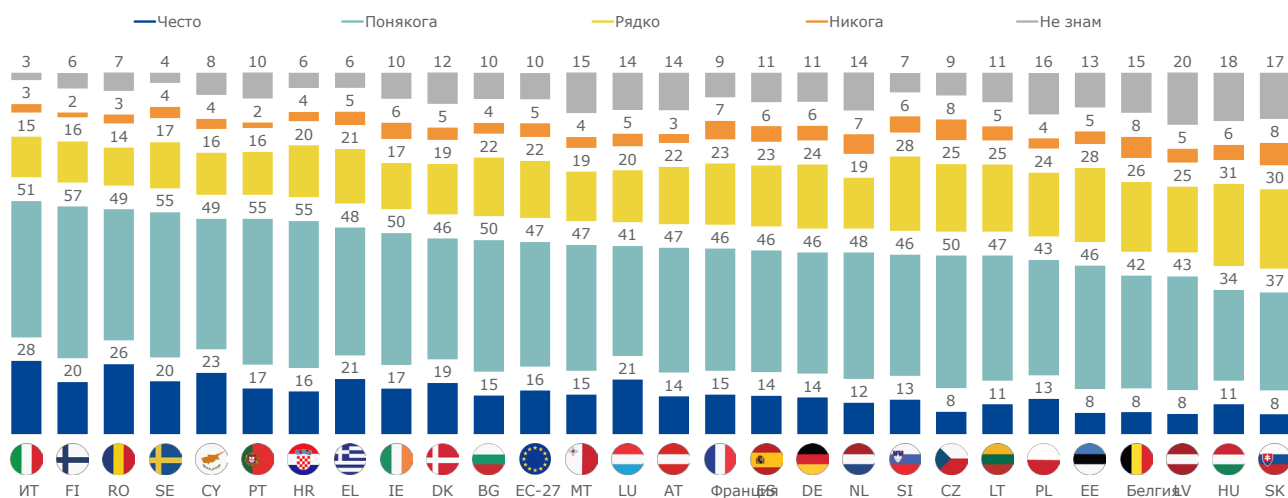
База: респонденти, които съобщават, че са видели екомаркировката на ЕС (n=9 482)

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

В Италия (28 %), Румъния (26 %) и Кипър (23 %) около една четвърт или повече от респондентите отговарят, че „често“ купуват продукти с екомаркировки, за разлика от 8 % от респондентите, които отговарят по същия начин в Белгия, Чехия, Естония, Латвия и Словакия. Делът на респондентите, които отговарят, че „понякога“ купуват продукти с екомаркировки, е по-висок от 50 % във Финландия (57 %), Хърватия, Португалия и Швеция (всички 55 %) и Италия (51 %). За сравнение, около една трета (34%) отговарят на същото в Унгария.

Q3_1 Колко често...? (% по държави)

Купувате продукти с екомаркировки

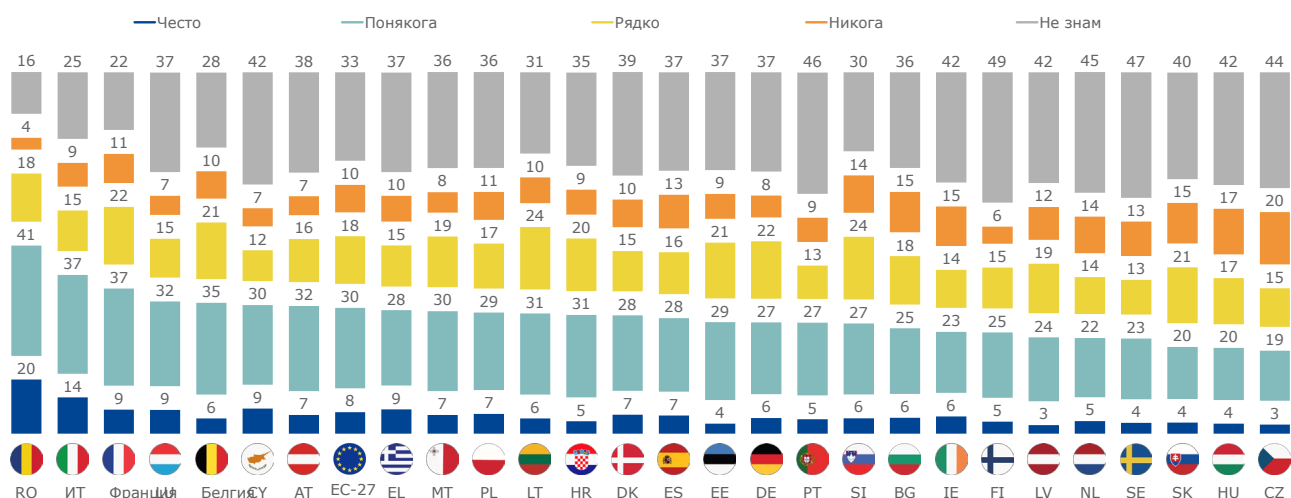


База: всички респонденти (n=26 635)

Делът на респондентите, които „често“ купуват продукти с етикет на ЕС, е най-висок в Румъния (20 %), следвана от Италия (14 %), докато е най-нисък в Чехия и Латвия (по 3 %). В Румъния (41 %), Италия (37 %), Франция (37 %) и Белгия (35 %) повече от една трета от респондентите „понякога“ купуват продукти с екомаркировка на ЕС, за разлика от около един на всеки пет респонденти, които отговарят по същия начин в Чехия (19 %), Унгария (20 %) и Словакия (20 %).⁵ Във всички държави членки значителен дял от респондентите отговарят, без да знаят колко често купуват продукти с екомаркировката на ЕС (от 16 % в Румъния до 49 % във Финландия).

Q3_2 Колко често...? (% по държави)

Купувате продукти с екомаркировката на ЕС



База: всички респонденти (n=26 635)

⁵ В Румъния делът, на който е поставен знакът за екомаркировка на ЕС, е по-малък от дела „често“ или „понякога“ за закупуване на продукти с екомаркировка на ЕС. Освен това в други държави малък брой респонденти, които никога не са виждали екомаркировката на ЕС, съобщават, че „понякога“ купуват продукти с екомаркировката на ЕС. Възможно е респондентите да са направили предположение, че като се има предвид, че купуват продукти с екомаркировка, някои от тях може да са имали екомаркировката на ЕС. Друга причина може да е, че има объркване между различните екомаркировки.

Социално-демографски съображения

Жените (66 %) са по-склонни от мъжете (61 %) да съобщават, че „често“ или „понякога“ купуват продукти с екомаркировки; въпреки това не се наблюдава разлика по отношение на честотата на закупуване на продукти с екомаркировката на ЕС.

По подобен начин по-високообразованите респонденти са по-склонни да съобщават, че „често“ или „понякога“ купуват продукти с екомаркировки (от 59 % за тези, които са завършили образованието си на възраст 15 години или по-малко, до 66 % за тези, които са завършили образованието си на възраст 20 или повече години); този модел обаче не се наблюдава при закупуването на продукти с екомаркировката на ЕС.

Въпреки че делът на респондентите, които „често“ или „понякога“ купуват продукти с екомаркировка, се увеличава донякъде с възрастта (от 60 % за лицата на възраст 15—24 години на 65 % за лицата на възраст 55 и повече години), делът на тези, които купуват продукти с екомаркировката на ЕС „често“ или „понякога“, е най-нисък сред лицата на възраст 55 и повече години (33 % спрямо 40 %—42 % за лицата на възраст 15—54 години).

В3 Колко често купувате продукти с екологични етикети? (% „Често“ + „Понякога“ по социално-демографски данни)

	Продукти с екомаркировки	Продукти с екомаркировката на ЕС
ЕС-27	63	38
Пол		
Мъже	61	39
Жени	66	38
Възраст		
15-24	60	40
25-39	62	42
40-54	64	40
>=55	65	35
Образование (възраст при завършване)		
До 15 години	59	40
16—19 години	62	36
20+ години	66	40
Все още учи	63	38
Професия		
Самостоятелно заето лице	68	47
Служител	65	42
Работник, ръчен труд	58	38
Нефункциониращ	62	34
Урбанизация		
Селски район	61	37
Малък/средно голям град	64	39
Голям град / град	65	39

Значение на въздействието на даден продукт върху околната среда при вземането на решения за покупка

Общо „Важно“	76	47
Общо „Не е важно“	31	15
База: всички респонденти (n=26 635)		

За работниците, упражняващи физически труд, е по-малко вероятно, отколкото за колегите им от други професионални групи, да купуват „често“ или „понякога“ продукти с екомаркировки (58 % спрямо 62 %—68 %); заедно с лицата, които не работят, е по-малко вероятно те да купуват продукти с екомаркировката на ЕС (38 % за работниците, упражняващи физически труд, и 34 % за тези, които не работят, спрямо 42 % от наетите лица и 47 % от самостоятелно заетите респонденти).

Респондентите, които съобщават, че въздействието на даден продукт върху околната среда е важно при решенията им за покупка, са два до три пъти по-склонни да купуват продукти с екомаркировка (съответно 76 % спрямо 31 % от тези, които не считат въздействието върху околната среда за важно) и продукти с екомаркировка на ЕС (съответно 47 % спрямо 18 %).

3.2. Често купувани продукти с екомаркировката на ЕС

За да проучат кои категории продукти с екомаркировката на ЕС се купуват най-често, респондентите първо получиха списък с продукти и попитаха кои от тези продукти са закупили през последните 12 месеца. За продуктите, които са закупили през последните 12 месеца, те бяха попитани дали някой от тях има екомаркировката на ЕС. Важно е да се отбележи отново, че в съответствие с резултатите, обсъдени в предходния раздел, около един на всеки двама респонденти в целия ЕС (48 %) отговаря, че не знае дали някой от закупените от тях продукти има екомаркировката на ЕС.

На фигурата на следващата страница за всяка продуктова категория акцентът е върху респондентите, които са закупили продукт от тази конкретна продуктова категория през последните 12 месеца. По този начин на фигурата е показано за всяка категория продукти какъв дял от „купувачите“ докладват, че са закупили поне някои продукти с екомаркировката на ЕС.

Като цяло може да се отбележи, че делът на респондентите, закупили поне някои продукти с екомаркировката на ЕС, остава на или под една четвърт за всички категории продукти. Например около една четвърт от респондентите (23 %), които са закупили „детергенти/почистващи продукти“ през последните 12 месеца, отговарят, че са закупили поне някои от тях с екомаркировката на ЕС. Делът на респондентите, закупили поне някои продукти с екомаркировката на ЕС, е най-ниският — 11 % — за услуги за туристическо настаняване (хотел/лагери). Изглежда, че той е най-високият за растежни среди/подобрители на почвата и подови настилки/плочки, но трябва да се внимава при тълкуването на тези цифри, тъй като само малка част от респондентите са закупили продукти в тези категории през последните 12 месеца.

Q4b От следните продукти, закупени през последните 12 месеца, закупихте ли такива с екомаркировката на ЕС? Изберете всичко, което се прилага. (% за ЕС-27)



База: от n=2 758 (подови настилки/плочки) до n=21 141 (детергенти/почистващи продукти) — базата варира в зависимост от продукта, като акцентът е поставен върху респондентите, които са посочили, че са закупили категорията продукти през последните 12 месеца

В таблицата на следващата страница са представени резултатите в различните държави, като за всяка категория продукти все още се обръща внимание на респондентите, закупили тази конкретна категория продукти през последните 12 месеца. Припомняме, че тази цифра показва за всяка категория продукти каква част от докладите на „купувачите“ са закупили поне някои продукти с екомаркировката на ЕС.

В съответствие със средните резултати за ЕС в повечето държави делът на респондентите, закупили поне някои продукти с екомаркировката на ЕС, остава на или под една четвърт за всички категории продукти. Например този дял варира между 4 % за услугите по туристическо настаняване (хотел/лампити) и 22 % за детергентите/почистващите продукти в Словения и между 8 % за услугите по туристическо настаняване (хотел/лампити) и 22 % за козметичните продукти/продуктите за грижа за животните в Испания. В малък брой държави (например Франция, Италия и Румъния) делът на респондентите, закупили поне някои продукти с екомаркировката на ЕС, е по-висок от една четвърт за много категории продукти. Например във Франция този дял варира между 15 % за услугите за туристическо настаняване (хотел/лампити) и 33 % за абсорбиращите продукти за лична хигиена (памперси/женски тампони/тампони) — съответната цифра е 44 % за подови

настилки/плочки, но трябва да се внимава при тълкуването на тази цифра, тъй като малко респонденти са закупили този вид продукт през последните 12 месеца.

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

Q4b От следните продукти, закупени през последните 12 месеца, закупихте ли такива с екомаркировката на ЕС?

Изберете всичко, което се прилага. (% по държави)

	Детергенти/почистващи продукти	Текстил, облекло/обувки	Хартиени продукти (напр. хартия тип тишу, продукти тип тишу, копирна хартия и др.)	Козметика /продукти за грижа за животните	Абсорбиращи продукти за лична хигиена (памперси/женски тампони/тампони)	Услуги по туристическо настаняване (хотели/лагери)	Бои/лакове	Мебели/матраци за легла	Растежни среди/побител и на почвата*	Подови настилки/плочки*
ЕС-27	23	14	23	21	22	11	19	16	24	26
Белгия	26	12	20	18	16	12	17	18	31	24
BG	19	12	22	19	17	6	13	11	20	15
CZ	16	7	15	16	14	6	12	9	11	16
DK	21	12	15	13	12	10	10	13	14	20
DE	19	13	21	17	17	10	21	14	29	22
EE	23	8	18	18	16	6	11	10	11	10
IE	17	10	16	12	14	8	11	15	16	14
EL	29	13	25	24	20	10	18	21	24	22
ES	19	13	21	22	20	8	20	11	19	22
Франция	29	19	29	28	33	15	26	24	32	44
HR	18	11	18	18	12	4	9	8	14	5
ИТ	30	17	32	24	24	15	22	20	28	28
CY	25	12	25	20	16	10	26	13	26	12
LV	19	5	17	12	11	6	10	11	12	17
LT	30	11	20	20	20	9	17	13	18	17
LU	28	12	25	17	15	7	11	6	10	0
HU	17	9	18	11	13	8	9	8	19	10
MT	24	10	20	16	18	9	14	11	17	10
NL	16	10	14	12	11	8	10	13	27	22
AT	20	11	17	19	17	8	17	14	17	16
PL	21	12	21	22	20	9	16	15	27	23
PT	21	10	19	19	15	10	13	11	19	10
RO	42	33	39	39	40	18	30	33	43	40
SI	22	10	21	15	16	4	13	15	19	13
SK	15	10	16	15	11	7	13	13	15	15
FI	13	7	12	10	12	6	13	11	11	27
SE	18	12	13	13	16	11	18	12	14	26

* Внимание:

малки размери на основата на ниво държава (<150)

Основа: от n=2

758 (подово покритие/плочки) до n=21 141

(детергенти/почистващи

продукти) –

Основата варира с

продукт, с акцент

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

върху
респондентите,
които са
посочили, че са
закупили
продуктовата
категория през
последните 12
месеца

Социално-демографски съображения

Респондентите на възраст 55 и повече години обикновено са по-малко склонни от по-младите си колеги да докладват, че купуват продукти с екомаркировката на ЕС в различните категории продукти. Например сред респондентите, които купуват хартиени продукти, 18 % от лицата на възраст над 54 години съобщават, че купуват продукти с екомаркировката на ЕС, като тази цифра се увеличава до 28 % за лицата на възраст 15—24 години и 29 % за лицата на възраст 25—39 години.

Като цяло за самостоятелно заетите респонденти е най-вероятно, а за неработещите респонденти е най-малко вероятно да докладват, че купуват продукти с екомаркировката на ЕС във всяка от категориите продукти. Например сред респондентите, които купуват детергенти/почистващи продукти, 31 % от самостоятелно заетите респонденти съобщават, че купуват поне някои от тези продукти с екомаркировката на ЕС; тази цифра намалява до 19 % за респондентите, които не работят.

Съществуват и някои различия по пол и между образователните групи. Например сред респондентите, които купуват козметични продукти/продукти за грижа за животните, 23 % от респондентите, които са завършили образованието си на възраст 20 или повече години, съобщават, че купуват този вид продукти с екомаркировката на ЕС, в сравнение с 15 % от респондентите, които са завършили образованието си на възраст 15 или по-малко години.

Q4b От следните продукти, закупени през последните 12 месеца, закупихте ли такива с екомаркировката на ЕС?

Изберете всичко, което се прилага. (% по социално-демографски данни)

	Детергент и/почистващи продукти	Текстил, облекло/обувки	Хартиени продукти (напр. хартия тип тишу, продукти тип тишу, копирна хартия и др.)	Козметика/продукт и за грижа за животните	Абсорбиращи продукти за лична хигиена (памперси/женски тампони/тампони)	Услуги по туристическо настаняване (хотели/лагери)	Бои/лакове	Мебели / матраци за легла	Растежни среди/породи на почвата *	Подови настилки/керемиди *
ЕС-27	23	14	23	21	22	11	19	16	24	26
Пол										
Мъже	23	16	24	22	28	12	22	18	27	29
Жени	23	13	22	20	18	9	16	14	20	22
Възраст										
15-24	26	20	28	24	26	15	27	22	38	35
25-39	28	19	29	25	26	15	25	21	35	32
40-54	25	14	23	22	20	10	17	13	20	22
>=55	19	10	18	16	17	7	16	12	13	16
Образование (възраст при завършване)										
До 15 години	23	17	26	15	29	16	17	19	31	27
16—19 години	20	11	21	17	19	8	16	13	19	21
20+ години	25	15	23	23	22	10	21	16	23	26
Все още учи	26	17	27	23	23	17	21	19	31	32
Професия										
Самостоятелно заето лице	31	23	32	29	31	19	29	25	31	39

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

Служител	27	17	26	24	25	13	22	18	28	25
Работник, ръчен труд	24	14	26	20	25	13	17	17	28	33
Нефункционален иращ	19	10	18	16	16	6	15	11	16	19

База: от n=2 758 (подови настилки/плочки) до n=21 141 (детергенти/почистващи продукти) — базата варира в зависимост от продукта, като акцентът е поставен върху респондентите, които са посочили, че са закупили категорията продукти през последните 12 месеца

3.3. Предлагане на повече продукти с екомаркировката на ЕС

За всяка категория продукти с екомаркировка на ЕС респондентите бяха попитани дали биха искали да намерят повече продукти, етикетирани с екомаркировката на ЕС. За всички категории респондентите, които биха искали да намерят повече продукти с екомаркировката на ЕС, значително надвишават тези, които казват обратното. Например 71 % отговарят, че биха искали да намерят повече продукти с екомаркировката на ЕС в текстила, облеклото/обувките, в сравнение с 13 %, които не искат да намерят повече продукти, 4 %, които заявяват, че не купуват този вид продукти, и 12 %, които „не знаят“. За другите категории делът, който би искал да намери повече продукти с екомаркировката на ЕС, варира между 46 % за подови настилки/плочки и 63 % за козметични продукти/продукти за грижа за животните.

Q6 Искате ли да намерите повече продукти с екомаркировката на ЕС в някоя от следните категории? (% за ЕС-27)



База: всички респонденти (n=26 635)

Във всички държави мнозинството от респондентите отговарят, че биха искали да намерят повече продукти с екомаркировката на ЕС в категорията текстил, облекло/обувки (от 54 % в Чехия до 83 % в Португалия и Румъния). Подобна картина се наблюдава при козметичните продукти и продуктите за грижа за животните, като повече от половината от респондентите във всички държави изразяват желание да намерят повече продукти с екомаркировката на ЕС в рамките на тази категория (от 51 % в Чехия до 75 % в Кипър).

Делът на респондентите, които биха искали да намерят повече продукти с екомаркировката на ЕС в категорията бои/лакове, е най-висок в България (72 %), Гърция (71 %) и Испания (70 %), а най-нисък — във Финландия (43 %), Латвия (46 %), Естония (47 %), Чехия и Дания (по 48 %).

В 20 държави членки поне половината от респондентите отговарят, че биха искали да намерят повече продукти с екомаркировката на ЕС в категорията мебели/матраци. Делът на отговорилите варира от 43 % в Естония до 73 % в Португалия.

Около седем от всеки десет респонденти в Кипър (72 %), Португалия (71 %), Гърция (71 %), България (70 %), Испания (70 %), Италия (69 %) и Румъния (68 %) отговарят, че биха искали да намерят повече продукти с екомаркировката на ЕС в категорията абсорбиращи продукти за лична хигиена. За разлика от тях по-малко от половината респонденти споменават същото в Дания (42 %), Естония (44 %), Германия (46 %), Нидерландия (46 %) и Белгия (49 %).

Повече от две трети от респондентите в Португалия (69 %), Испания (68 %) и Кипър (67 %) посочват, че биха искали да намерят повече продукти с екомаркировката на ЕС в рамките на категорията услуги за туристическо настаняване. В Чехия около една трета от респондентите (35%) отговарят по същия начин.

България (61 %), Испания (59 %), Италия (57 %), Португалия (54 %), Гърция и Румъния (53 %) са единствените държави, в които повече от половината от респондентите отговарят, че биха искали да намерят повече продукти с екомаркировката на ЕС в категорията подови настилки/плочки. За сравнение, по-малко от една трета от респондентите дават същия отговор в Дания (28%) и Естония (32%).

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

Q6 Искате ли да намерите повече продукти с екомаркировката на ЕС в някоя от следните категории? (% „Да“ по държави)

	Текстил, облекло/о бувки	Козметика/ продукти за грижа за животните	Бои/ лакове	Мебели/ матраци за легла	Абсорбира щи хигиенни продукти	Услуги по туристическо настаняване	Подови настилки / плочки
ЕС-27	71	63	60	59	58	52	46
Белгия	63	57	50	46	49	43	35
BG	78	71	72	67	70	62	61
CZ	54	51	48	45	50	35	33
DK	60	52	48	44	42	36	28
DE	65	57	53	52	46	42	37
EE	56	54	47	43	44	35	32
IE	72	66	61	59	59	58	47
EL	76	68	71	69	71	63	53
ES	76	69	70	70	70	68	59
Франция	71	63	61	61	59	54	46
HR	79	75	68	65	64	52	46
ИТ	77	68	67	68	69	59	57
CY	77	73	66	72	72	67	49
LV	58	56	46	49	51	37	38
LT	62	61	52	49	52	41	42
LU	70	60	54	51	54	47	36
HU	65	66	52	50	55	45	39
MT	78	71	66	61	66	61	46
NL	61	56	54	47	46	43	41
AT	68	66	51	53	56	47	37
PL	73	56	61	53	58	48	47
PT	83	73	68	73	71	69	54
RO	83	68	65	67	68	61	53
SI	66	63	55	51	51	47	35
SK	67	62	58	51	57	44	36
FI	66	60	43	51	46	47	33
SE	67	57	53	56	52	46	37

База: всички респонденти (n=26 635)

Социално-демографски съображения

Жените са по-склонни от мъжете да отговорят, че биха искали да намерят повече продукти с екомаркировката на ЕС в категориите текстил, облекло/обувки (74 % спрямо 67 %), козметика/продукти за грижа за животните (68 % спрямо 57 %) и абсорбиращи продукти за лична хигиена (65 % спрямо 51 %).

Респондентите на възраст 55 или повече години са по-малко склонни да отговорят, че биха искали да намерят повече продукти с екомаркировката на ЕС в козметични продукти/продукти за грижа за животните (59 % спрямо 65 % при по-младите възрастови групи), абсорбиращи продукти за лична хигиена (51 % спрямо 61 %—65 %) и услуги за туристическо настаняване (48 % спрямо 52 %—56 %). За разлика от тях респондентите на възраст 15—24 години имат по-малка тенденция да отговорят, че искат повече продукти с екомаркировката на ЕС в категориите „бои/лакове“ (52 % спрямо 64 %—59 %) и „мебели/матраци“ (54 % спрямо 62 %—59 %).

Респондентите с по-високо ниво на образование като цяло са по-склонни да отговорят, че искат повече продукти, етикетирани с екомаркировката на ЕС. Такъв е например случаят с текстила, облеклото/обувките, за които 74 % от респондентите, завършили образованието си на възраст 20 или повече години, биха искали да намерят повече продукти с екомаркировката на ЕС, в сравнение със 71 % от респондентите, завършили образованието си на възраст 16—19 години, и 61 % от респондентите, които са спрели образованието си преди 16-годишна възраст.

Служителите отговарят в по-голяма степен от респондентите в други професионални групи, че биха искали да намерят повече продукти с екомаркировката на ЕС в категориите абсорбиращи продукти за лична хигиена (63 % спрямо 55 %—58 %), бои/лакове (63 % спрямо 56 %—59 %) и мебели/матраци (61 % спрямо 53 %—58 %).

Животът в по-градски район обикновено е свързан с по-силно желание за намиране на повече продукти, етикетирани с екомаркировката на ЕС. Например 74 % от респондентите, живеещи в голям град, отговарят, че биха искали да намерят повече продукти с екомаркировката на ЕС в категорията текстил, облекло/обувки, за разлика от 70 % от респондентите, живеещи в малък/среден град, и 69 % от респондентите, живеещи в селски район.

Респондентите, които смятат, че въздействието върху околната среда е важен аспект от решението за закупуване на продукт, и респондентите, които са виждали екомаркировката на ЕС преди, биха искали да намерят повече продукти с екомаркировката на ЕС във всички категории продукти.

Q6 Искате ли да намерите повече продукти с екомаркировката на ЕС в някоя от следните категории? (% Общо „Да“ по социално-демографски данни)

	Текстил , обувки за облекло	Козметика /продукти за грижа за животните	Бои/ лакове	Мебели / матрац и	Абсорбиращи продукти за лична хигиена (памперси/женс ки тампони/тампо ни)	Услуги по туристичес ко настаняван е	Подови настилки/ плочки
ЕС-27	71	63	60	59	58	52	46
Пол							
Мъже	67	57	60	58	51	52	46
Жени	74	68	60	60	65	52	46
Възраст							
15-24	67	65	52	54	61	52	42
25-39	68	65	59	59	65	55	48
40-54	72	65	64	62	63	56	51
>=55	73	59	61	59	51	48	43
Образование (възраст при завършване)							
До 15 години	61	53	50	52	52	44	37
16—19 години	71	61	60	59	56	49	45
20+ години	74	66	64	62	62	57	50
Все още учи	71	68	56	58	61	55	45
Професия							
Самостоятел но заето лице	65	63	59	58	58	54	51
Служител	72	66	63	61	63	57	50
Работник, ръчен труд	64	56	56	53	55	48	43
Нефункционални рац	72	61	59	58	55	48	43
Урбанизация							
Селски район	69	61	59	56	56	48	43
Малък/ средно голям град	70	62	59	59	58	52	46
Голям град / град	74	64	62	61	61	56	48
Значение на въздействието на даден продукт върху околната среда при вземането на решения за покупка							
Общо „Важно“	80	70	67	67	66	60	53
Общо „Не е	47	42	40	36	39	31	27

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

важно“

Виждал е екомаркировката на ЕС преди

Да	79	72	70	69	68	62	56
Не	64	55	52	51	51	45	40

База: всички респонденти (n=26 635)

3.4. Закупуване на продукти с екомаркировката на ЕС в

B5 Къде най-често купувате продукти с екомаркировката на ЕС? (Позволен е повече от един отговор) (% за ЕС-27)



База: респонденти, закупили продукти с екомаркировката на ЕС (n=14 194)

супермаркети, биомагазини и онлайн

Респондентите, които са закупили продукти с екомаркировката на ЕС, бяха попитани къде най-често купуват тези продукти. До момента най-големият дял (66%) отговаря, че най-често купуват продукти с екомаркировката на ЕС в супермаркетите. Около една четвърт от респондентите (24 %) отговарят, че най-често купуват продукти с екомаркировката на ЕС в биомагазини; същото съотношение (24 %) отговарят, че купуват продукти с екомаркировката на ЕС най-често онлайн.

Във всички държави членки около половината или повече от респондентите отговарят, че най-често купуват продукти с екомаркировка на ЕС в супермаркетите (от 47 % в Швеция до 80 % във Франция). Делът на най-често купуваните продукти с екомаркировка на ЕС в биомагазини варира между 12 % в Дания и 39 % в България. Онлайн магазините се споменават от между 5 % от респондентите в Португалия и 37 % в Полша.

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

В5 Къде най-често купувате продукти с екомаркировката на ЕС? (Позволен е повече от един отговор) (% по държави)

	В супермаркетит е	В биомагазини	Онлайн	Други	Не знам
ЕС-27	66	24	24	4	11
Белгия	69	22	20	2	13
BG	56	39	21	6	12
CZ	55	21	36	4	12
DK	67	12	18	3	18
DE	60	22	26	8	15
EE	64	19	15	3	17
IE	65	19	20	2	17
EL	67	29	20	1	9
ES	62	28	25	3	9
Франция	80	24	19	3	7
HR	58	30	12	6	17
ИТ	64	28	27	3	10
CY	73	27	14	1	11
LV	62	16	20	3	16
LT	69	17	21	3	12
LU	71	31	13	3	14
HU	56	22	22	7	14
MT	67	20	13	3	21
NL	62	18	22	8	17
AT	65	26	25	6	12
PL	64	25	37	5	11
PT	70	30	5	2	14
RO	79	23	25	5	5
SI	62	19	19	4	17
SK	56	22	24	6	15
FI	67	13	14	3	21
SE	47	22	33	7	16

База: респонденти, закупили продукти с екомаркировката на ЕС (n=14 194)

Социално-демографски съображения

Социално-демографският анализ показва, че мъжете (26 %) са малко по-склонни от жените (23 %) да купуват продукти с екомаркировка на ЕС онлайн. Освен това респондентите на възраст 25—39 години (35 %) като цяло са най-склонни често да купуват продукти с екомаркировката на ЕС онлайн, докато респондентите на възраст 55 години (16 %) и повече са най-малко склонни да го правят. Респондентите на възраст 25—39 години (31 %), заедно с тези на възраст 15—24 години (29 %), също са по-склонни да споменават биомагазини (в сравнение с 23 % от лицата на възраст 40—54 години и 19 % от лицата на възраст над 55 години). Делът на най-често купуваните продукти с екомаркировката на ЕС в супермаркетите се увеличава с възрастта (от 58 % за хората на възраст 15—24 години на 69 % от хората на възраст над 55 години).

Най-голямата разлика между образователните групи се наблюдава при дела на най-често купуваните продукти с екомаркировката на ЕС в супермаркетите. Докато 56% от анкетираните, които са завършили образованието си на възраст 15 или по-млади, избират „в супермаркетите“, тази цифра се увеличава до 69% за тези, които са завършили образованието си на възраст 20 или повече години

В5 Къде най-често купувате продукти с екомаркировката на ЕС? (% по социално-демографски данни)

	В супермаркетите	В биомагазини	Онлайн	Други	Не знам
ЕС-27	66	24	24	4	11
Пол					
Мъже	67	24	26	4	11
Жени	66	25	23	5	11
Възраст					
15-24	58	29	28	5	9
25-39	65	31	35	5	8
40-54	68	23	25	4	10
>=55	69	19	16	5	14
Образование (възраст при завършване)					
До 15 години	56	25	23	8	12
16—19 години	67	20	21	4	13
20+ години	69	27	27	5	10
Все още учи	64	29	25	3	7
Професия					
Самостоятелно заето лице	64	33	31	5	7
Служител	66	29	29	5	9
Работник, ръчен труд	57	23	28	5	10
Нефункциониращ	69	18	18	4	13
Урбанизация					
Селски район	65	22	23	4	11
Малък/средно голям град	67	24	24	4	11
Голям град / град	66	27	26	6	11

База: всички респонденти (n=14 194)

Делът на респондентите, които избират „в биомагазини“, е най-висок сред самостоятелно заетите лица (33 % спрямо например 18 % от неработещите респонденти), докато делът на респондентите, които споменават „в супермаркетите“, е най-нисък сред работниците, упражняващи физически труд (57 % спрямо 69 % от неработещите респонденти). Неработещите респонденти са по-малко склонни да споменават закупуването на продукти с екомаркировката на ЕС онлайн (18 % спрямо 28 %—31 % за другите професионални групи).

Закупуването на продукти с екомаркировката на ЕС в биомагазини също е малко по-често срещано сред респондентите, живеещи в големи градове (27 %), отколкото сред респондентите, живеещи в по-селски райони (22 %—24 %).

3.5. Причини да не се купуват продукти с екомаркировката на ЕС

Респондентите, които никога не са купували продукти с екомаркировка на ЕС, бяха попитани за причините за тяхното решение. Те биха могли да избират от предварително определен списък с причини и биха могли да дадат множество отговори.⁶

Причината, избрана най-често от тези респонденти, е „Не търся екомаркировки върху продуктите, които купувам“ (избрана с 40 %). „Не се чувствам загрижен за проблемите на околната среда“ е избран от 14% от анкетираните. Общо 48 % от респондентите избират едната или и двете от горепосочените причини.

Трима от всеки десет респонденти (30 %) отговарят, че не намират продукти с екомаркировката на ЕС там, където пазаруват; По-малък брой избират като причина, че продуктите с екомаркировката на ЕС не са наистина екологосъобразни (9 %) или не са с добро качество (5 %).

B8 Защо не купувате продукти с екомаркировката на ЕС? (% за ЕС-27)



База: респонденти, които никога не купуват продукти с екомаркировката на ЕС (n=2 882)

⁶ Базовият размер е твърде малък (n<150), за да представя резултати на равнището на отделните държави.

Социално-демографски съображения

На въпроса защо не купуват продукти с екомаркировката на ЕС, мъжете са по-склонни от жените да отговорят с „Не се чувствам загрижен от екологични проблеми“ (21 % спрямо 8 %), „продуктите с екомаркировката на ЕС не са наистина екологосъобразни“ (13 % спрямо 6 %) и „продуктите с екомаркировката на ЕС не са с добро качество“ (6 % спрямо 3 %). Респондентите на възраст 15—24 години (9 %) също са по-склонни от респондентите на възраст над 40 години (3 %—4 %) да споменат последното, т.е. че „продуктите с екомаркировката на ЕС не са с добро качество“. Друга разлика между възрастовите групи например е, че респондентите на възраст 15—24 години по-често заявяват, че не намират продукти с екомаркировката на ЕС, където пазаруват (36 % спрямо 27 %—30 % сред по-възрастните възрастови групи).

Най-голямата разлика между образователните групи се наблюдава при дела на респондентите, избрали „продуктите с екомаркировката на ЕС не са наистина екологосъобразни“, което е най-голямото сред респондентите, които са спрели образованието си преди навършване на 16-годишна възраст (18 % спрямо 8 %—9 % за респондентите с по-високо образование).

В8 Защо не купувате продукти с екомаркировката на ЕС? (% по социално-демографски данни)

	Не търся екологични етикети за продуктите, които купувам	Не намирам продукти с екомаркировката на ЕС там, където пазарувам	Продуктите с екомаркировка на ЕС са твърде скъпи	Не се чувствам загрижен от проблемите на околната среда	Продуктите с екомаркировка на ЕС не са наистина екологосъобразни	Продуктите с екомаркировка на ЕС не са с добро качество
ЕС-27	40	30	23	14	9	5
Пол						
Мъже	42	28	21	21	13	6
Жени	38	32	25	8	6	3
Възраст						
15-24	40	36	24	14	10	9
25-39	41	28	24	16	12	6
40-54	34	27	23	16	8	4
>=55	43	30	23	11	8	3
Образование (възраст при завършване)						
До 15 години	38	32	25	11	18	7
16—19 години	38	30	23	14	8	4
20+ години	41	30	24	15	9	4
Все още учи	45	37	26	11	6	6
Професия						
Самостоятелно заето лице	42	23	21	25	15	12
Служител	38	27	24	15	11	6
Работник, ръчен труд	45	29	27	21	15	8
Нефункционализиращ	40	33	23	10	6	2
Урбанизация						
Селски район	42	28	25	12	10	5
Малък/средно голям град	39	29	24	16	9	5

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

Голям град / град	39	32	21	13	9	4
База: всички респонденти (n=2 882)						

Самостоятелно заетите респонденти (25 %) и работниците на физически труд (21 %) са по-склонни от наетите лица (15 %) и тези, които не работят (10 %), да не купуват продукти с екомаркировката на ЕС, тъй като не се чувстват загрижени от проблеми, свързани с околната среда; подобен модел се наблюдава и при „Не търся екомаркировки върху продуктите, които купувам“ и „продуктите с екомаркировката на ЕС не са наистина екологосъобразни“. Работниците, работещи на ръка, също така малко по-често посочват, че продуктите с екомаркировката на ЕС са твърде скъпи (27 % спрямо 21 % например от самостоятелно заетите респонденти). Лицата, които не работят, е по-вероятно да заявят, че не намират продукти с екомаркировката на ЕС там, където пазаруват (33 % спрямо 23 % от самостоятелно заетите респонденти).

Раздел 4. Етикети и твърдения за екологосъобразност

Средно в целия ЕС около осем от всеки десет респонденти са съгласни, че дружествата често правят подвеждащи твърдения за екологосъобразност, което кара клиентите да вярват, че техният продукт или услуга са екологосъобразни (30 % са „напълно съгласни“, а 48 % са „донякъде съгласни“). В същото време близо девет от всеки десет респонденти са съгласни, че за да бъде надежден, екомаркировката трябва да бъде проверена от независима организация (56 % са „напълно съгласни“, а 31 % са „донякъде съгласни“).

B7 До каква степен сте съгласен(на) или несъгласен(на) със следните твърдения? (% за ЕС-27)

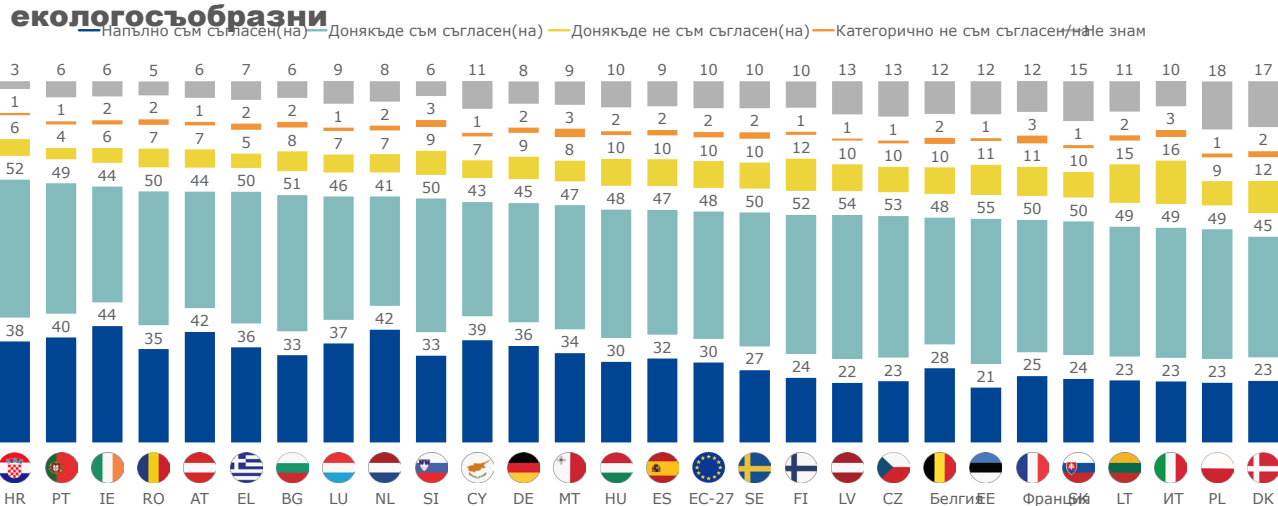


База: всички респонденти (n=26 635)

Във всички държави членки поне около две трети от респондентите са „напълно“ или „донякъде съгласни“, че дружествата често правят подвеждащи твърдения за екологосъобразност, което кара клиентите да вярват, че техният продукт или услуга са екологосъобразни. Равнището на споразумението варира от 68 % в Чехия до около 89 % в Португалия и 90 % в Хърватия.

B7_3 До каква степен сте съгласен(на) или несъгласен(на) със следните твърдения? (% по държави)

Компаниите често правят подвеждащи твърдения за екологосъобразност, което кара клиентите да вярват, че техният продукт или услуга са екологосъобразни

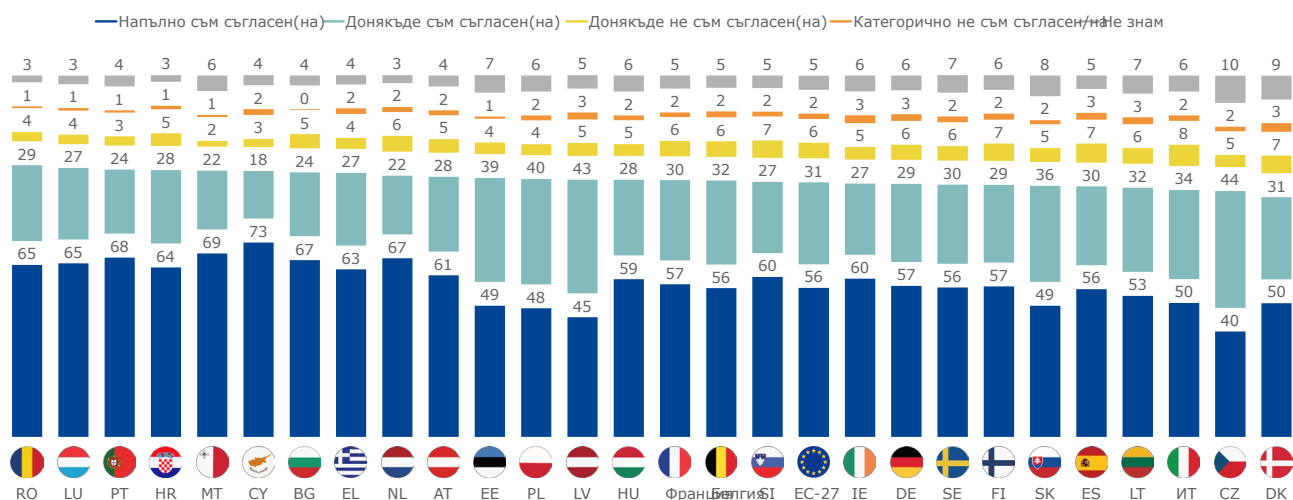


База: всички респонденти (n=26 635)

Общият дял, който е съгласен, че екомаркировката трябва да бъде проверена от независима организация, за да бъде надеждна, е най-високият в Румъния (93 %), Люксембург и Португалия (по 92 %), Хърватия, България, Кипър и Малта (по 91 %).⁷ Най-ниското, но все още много високо равнище на съгласие се наблюдава в Дания (81 %). Освен това в по-голямата част от държавите членки мнозинството от респондентите са „напълно съгласни“, че за да бъде достоверна, екологичната маркировка трябва да бъде проверена от независима организация (например 73 % в Кипър, 69 % в Малта и 68 % в Португалия).

B7_2 До каква степен сте съгласен(на) или несъгласен(на) със следните твърдения? (% по държави)

За да бъде надежден, екомаркировката трябва да бъде проверена от независима организация.



База: всички респонденти (n=26 635)

Социално-демографски съображения

Общият дял, който е съгласен, че за да бъде надежден, екомаркировката трябва да бъде проверена от независима организация, се увеличава с възрастта — от 78 % за респондентите на възраст 15—24 години на 91 % за респондентите на възраст 55 и повече години. Съгласието с това твърдение е по-високо и сред респондентите, които са завършили образованието си на възраст 16 или повече години (89 %—90 %), в сравнение с респондентите, които са напуснали училище на възраст 15 или по-малко години (76 %). По-ниско образованите респонденти също така са по-малко склонни да „твърде“ или „донякъде съгласни“, че дружествата често правят подвеждащи твърдения за екологосъобразност, което кара клиентите да вярват, че техният продукт или услуга са екологосъобразни (съответно 74 % спрямо 78 %—80 %).

Респондентите, които не работят (89 %) и са наети (87 %), са по-склонни от самостоятелно заетите респонденти (83 %) и работниците на физически труд (80 %) да се съгласят „напълно“ или „донякъде съгласни“, че за да бъде надежден, екомаркировката трябва да бъде проверена от независима организация. Освен това служителите (76 %) са съгласни в по-голяма степен от респондентите в други професионални групи (71 %—74 %) с твърдението „Вярвам, че продуктите с екомаркировката на ЕС наистина имат по-слабо въздействие върху околната среда в сравнение с подобни продукти на пазара“.

⁷ Поради закръгляването процентите за отделните опции за отговор, показани в диаграмите, не винаги се добавят точно към общите суми, посочени в текста.

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

Респондентите, живеещи в големи градове (89 %), са по-склонни от респондентите, живеещи в по-селски райони (85 %—86 %), да се съгласят, че за да бъде надежден, екомаркировката трябва да бъде проверена от независима организация.

Респондентите, които считат, че въздействието на даден продукт върху околната среда е важен аспект при закупуването на даден продукт, е по-вероятно да се съгласят и с двете твърдения. И накрая, респондентите, които са виждали екомаркировката на ЕС преди, е по-вероятно да се съгласят с твърденията „за да бъде надеждна, екомаркировката трябва да бъде проверена от независима организация“ (90 % спрямо 84 %) и „вярвам, че продуктите с екомаркировката на ЕС наистина имат по-ниско въздействие върху околната среда от подобни продукти на пазара“ (84 % спрямо 67 %).

B7 До каква степен сте съгласен(на) или несъгласен(на) със следните твърдения? (% Общо „Съгласен(а) съм по социално-демографски данни“)

	Компаниите често правят подвеждащи твърдения за екологосъобразност, което кара клиентите да вярват, че техният продукт или услуга са екологосъобразни	За да бъде надежден, екомаркировката трябва да бъде проверена от независима организация.
ЕС-27	78	87
Пол		
Мъже	79	87
Жени	77	87
Възраст		
15-24	75	78
25-39	77	83
40-54	78	87
>=55	79	91
Образование (възраст при завършване)		
До 15 години	74	76
16—19 години	78	89
20+ години	80	90
Все още учи	76	82
Професия		
Самостоятелно заето лице	79	83
Служител	79	87
Работник, ръчен труд	76	80
Нефункциониращ	77	89
Урбанизация		
Селски район	78	85
Малък/средно голям град	77	86
Голям град / град	79	89
Значение на въздействието на даден продукт върху околната среда при вземането на решения за покупка		
Общо „Важно“	79	90
Общо „Не е важно“	76	80
База: всички респонденти (n=26 635)		

Технически спецификации

Между 5 и 13 септември 2023 г. Ipsos European Public Affairs проведе експресно проучване на Евробарометър No 535 по искане на Европейската комисия, Генерална дирекция „Околна среда“. Това е проучване сред широката общественост, координирано от отдел „Медиен мониторинг и Евробарометър“ на генерална дирекция „Комуникации“. Експресно проучване на Евробарометър No 535 обхваща населението на гражданите на ЕС, пребиваващи в една от 27-те държави членки и на възраст 15 и повече години.

Всички интервюта бяха проведени *vi a Computer-Assisted Web Interviewing (CAWI)*, използвайки Ipsos онлайн панели и тяхната партньорска мрежа. Респондентите бяха избрани от панели за онлайн достъп, групи от предварително наети лица, които са се съгласили да участват в научни изследвания. Квотата за вземане на проби беше определена въз основа на възрастта (15—24 години, 18—24 години, 25—34 години, 25—44 години, 45—54 години, 55—64 години и 65+ години), пола и географския регион (NUTS1, NUTS2 или NUTS 3, в зависимост от размера на държавата и броя на регионите по NUTS).

Граница на грешката

Резултатите от изследванията са предмет на допустими отклонения при вземането на проби. „Маржът на грешката“ определя количествено неопределеността по отношение на (или доверието в) резултата от проучването. Като общо правило, колкото повече интервюта са проведени (размер на извадката), толкова по-малка е допустимата грешка. Извадка от 500 единици ще доведе до допустима грешка от не повече от 4,4 процентни пункта, а извадка от 1000 единици ще доведе до допустима грешка от не повече от 3,1 процентни пункта.

Статистически допустими отклонения, дължащи се на допустими отклонения при вземането на проби

(при 95-процентна гаранционна вероятност)

различни размери на извадките са в редове	различни наблюдавани резултати са в колони						
	5,00 %	10,00 %	25,00 %	50,00 %	75,00 %	90,00 %	95,00 %
n=50	±6,0	±8,3	±12,0	±13,9	±12,0	±8,3	±6,0
n=100	±4,3	± 5,9	± 8,5	±9,8	± 8,5	± 5,9	±4,3
n=200	±3,0	±4,2	±6,0	±6,9	±6,0	±4,2	±3,0
n=500	±1,9	±2,6	±3,8	±4,4	±3,8	±2,6	±1,9
n=1000	±1,4	±1,9	± 2,7	±3,1	± 2,7	±1,9	±1,4
n=1500	±1,1	±1,5	±2,2	±2,5	±2,2	±1,5	±1,1
n=2000	±1,0	±1,3	±1,9	±2,2	±1,9	±1,3	±1,0

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

	Брой интервюта	Дати на работа на терен	Население 15+ (абсолютен брой)	Население над 15 години (като % от населениет о на ЕС-27)
ЕС-27	26635	5.9.2023-13.9.2023	379815189	100,00 %
Белгия	1037	5.9.2023-11.9.2023	9685972	2,55 %
BG	1017	5.9.2023-11.9.2023	5845872	1,54 %
CZ	1010	5.9.2023-12.9.2023	8823299	2,32 %
DK	1096	5.9.2023-12.9.2023	4927589	1,30 %
DE	1049	5.9.2023-12.9.2023	71630189	18,86 %
EE	1045	5.9.2023-13.9.2023	1113997	0,29 %
IE	1044	5.9.2023-13.9.2023	4063488	1,07 %
EL	1078	5.9.2023-13.9.2023	9030796	2,38 %
ES	1001	5.9.2023-11.9.2023	40804956	10,74 %
Франция	1034	5.9.2023-11.9.2023	55994788	14,74 %
HR	1018	5.9.2023-12.9.2023	3310094	0,87 %
ИТ	1049	5.9.2023-11.9.2023	51540338	13,57 %
CY	513	5.9.2023-12.9.2023	759421	0,20 %
LV	1022	5.9.2023-13.9.2023	1575765	0,41 %
LT	1066	5.9.2023-12.9.2023	2388299	0,63 %
LU	518	5.9.2023-12.9.2023	542724	0,14 %
HU	1017	5.9.2023-12.9.2023	8278842	2,18 %
MT	547	5.9.2023-13.9.2023	450987	0,12 %
NL	1034	5.9.2023-12.9.2023	14878211	3,92 %
AT	1078	5.9.2023-12.9.2023	7687340	2,02 %
PL	1052	5.9.2023-12.9.2023	31840803	8,38 %
PT	1037	5.9.2023-12.9.2023	9027159	2,38 %
RO	1051	5.9.2023-12.9.2023	15953432	4,20 %
SI	1023	5.9.2023-12.9.2023	1789242	0,47 %
SK	1077	5.9.2023-12.9.2023	4561916	1,20 %
FI	1070	5.9.2023-12.9.2023	4696447	1,24 %
SE	1052	5.9.2023-11.9.2023	8613223	2,27 %

Въпросник

МОЛЯ ВСИЧКИ

DX1 Колко важни са следните аспекти при вземането на решение за това какви продукти (стоки или услуги) да купите?

(ЕДИН ОТГОВОР НА ЛИНИЯ - РАНДОМИЗ 1-4)

DX1_1 Въздействието на продукта върху околната среда

DX1_2 Цената на продукта

DX1_3 Качеството на продукта

DX1_4 Марката на продукта

СКАЛА НА ОТГОВОРНОСТТА

Много важно 1 Rather important 2 Rather not important 3 Not at all important 4 Не знам 998

МОЛЯ ВСИЧКИ

DX2 До каква степен сте съгласен(на) или несъгласен(на) със следните твърдения?

(ЕДИН ОТГОВОР НА ЛИНИЯ - РАНДОМИЗ 1-4)

DX2_1 Закупуването на продукти с по-слабо въздействие върху околната среда е от значение за околната среда

DX2_2 Имам bought продукти специално поради по-ниското им въздействие върху околната среда

СКАЛА НА ОТГОВОРНОСТТА

Категорично съм съгласен 1 Така че азкакто съм съгласен 2 Така че мей hat не съм съгласен 3 Категорично не съм съгласен 4 Не знам 998

МОЛЯ ВСИЧКИ

Q1 Моля, разгледайте внимателно логото, показано по-долу. Виждали ли сте това лого преди?



(ЕДИНЕН ОТГОВОР)

Да 1 Не 2 Не kno w 998

МОЛЯ ВСИЧКИ

Q2 Показаното лого е това на екомаркировката на ЕС. Според Вас кое от следните твърдения за екомаркировката на ЕС е вярно или невярно?

(ЕДИН ОТГОВОР НА ЛИНИЯ – РАНДОМИЗ 1-5)

Q2_1 Екомаркировката на ЕС се присъжда на продукти с по-слабо въздействие върху околната среда в сравнение с подобни продукти на пазара

Q2_2 Екомаркировката на ЕС е независимо проверен етикет, който дружествата могат да решат да поставят върху своите продукти, за да покажат, че са екологосъобразни

Q2_3 Екомаркировката на ЕС се присъжда на биологични храни и напитки

Q2_4 Екомаркировката на ЕС е знакът на Европейския съюз за отлични екологични постижения

Q2_5 За да получат екомаркировката на ЕС, продуктите трябва да отговарят на строги екологични критерии

СКАЛА НА ОТГОВОРНОСТТА

True 1 False 2 Не знам 998

ПОКАЖЕТЕ ВСИЧКИ

На пазара има много продукти с екомаркировки, което означава етикети, свързани с екологичните характеристики на продукта.

Екомаркировката на ЕС е официалният доброволен знак на Европейския съюз за отлични екологични постижения. Тя се присъжда на стоки и услуги с доказано по-ниско въздействие върху околната среда в сравнение с подобни продукти на пазара. Той също така действа като гаранция за високо качество. За да получат екомаркировката на ЕС, продуктите трябва да отговарят на строги екологични критерии и критерии за качество. Спазването на критериите се проверява от независима трета страна.

МОЛЯ ВСИЧКИ

Q3 Колко често...

(ЕДИН ОТГОВОР НА ЛИНИЯ)

Q3_1 Купуване на продукти с екомаркировки

Q3_2 Купуване на продукти с екомаркировката на ЕС

СКАЛА НА ОТГОВОРНОСТТА

Често 1 Some по 2 Rarely 3 Never 4 Unknown 998

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

МОЛЯ ВСИЧКИ

Q4a Кой от следните продукти сте закупили през последните 12 месеца? Изберете всички приложими

(Множество разрешени отговори – РАНДОМИЗА 1-10)

Детергенти/почистващи продукти 1 Хартиени продукти (като хартия тип тишу, хартия тип тишу, копирна хартия и др.) 2 Текстил, облекло/обувки 3 Floor или coverings/tiles 4 Козметика/а personal care products 5 Абсорбиращи продукти за хигиена (пелени s/женски products/тампони) 6 Бои/лакове 7 Мебели/матраци за легла 8 Средства за отглеждане/подобрители на почвата 9 Туристически услуги за настаняване (хотели/кампити) 10 Нито един от тези 11 Не знам 998

ASK IF Q4a не 11 или 998

Q4b От следните продукти, закупени през последните 12 месеца, закупихте ли такива с екомаркировката на ЕС? Изберете всичко, което се прилага.

(Множество позволени отговори — ТОЧКИ, ПОСОЧЕНИ ПО същата ПОРЪЧКА, както през четвъртото тримесечие, буква а)

Детергенти/почистващи продукти 1 Хартиени продукти (като хартия тип тишу, хартия тип тишу, копирна хартия и др.) 2 Текстил, облекло/обувки 3 Floor или coverings/tiles 4 Козметика/а personal care products 5 Абсорбиращи продукти за хигиена (пелени s/женски products/тампони) 6 Бои/лакове 7 Мебели/матраци за легла 8 Средства за отглеждане/подобрители на почвата 9 Туристически услуги за настаняване (хотели/кампити) 10 Нито един от тези 11 Не знам 998

ASK AKO Q3_2=1,2,3

B5 Къде най-често купувате продукти с екомаркировката на ЕС?

[Множество отговори]

В супермаркети 1 В био магазини 2 Онлайн 3 Други 4 Не знам 998

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

МОЛЯ ВСИЧКИ

Q6 Искате ли да намерите повече продукти с екомаркировката на ЕС в някоя от следните категории?

(ЕДИН ОТГОВОР НА ЛИНИЯ - РАНДОМИЗ 1-7)

Q6_1 Текстил, облекло/обувки

Q6_2 Подови настилки/плочки

Q6_3 Козметика/продукти за грижа за животните

Q6_4 Абсорбиращи продукти за лична хигиена (памперси/женски тампони/тампони)

Q6_5 Бои/лакове

Q6_6 Матраци за мебели/легла

Q6_7 Услуги по туристическо настаняване (хотели/лагери)

СКАЛА НА ОТГОВОРНОСТТА

Да 1

Не е приложимо (не купувам тези продукти/услуги) 9 97 Не знам 998

МОЛЯ ВСИЧКИ

**В7 До каква степен сте съгласен(на) или несъгласен(на) със следните твърдения?
(ЕДИН ОТГОВОР НА ЛИНИЯ — РАНДОМИЗ 1—3)**

Q7_1 Вярвам, че продуктите с екомаркировка на ЕС наистина имат по-слабо въздействие върху околната среда в сравнение с подобни продукти на пазара

Q7_2 Компаниите често правят подвеждащи твърдения за екологосъобразност, което кара клиентите да вярват, че техният продукт или услуга са екологосъобразни

Q7_3 За да бъде надежден, екомаркировката трябва да бъде проверена от независима организация

СКАЛА НА ОТГОВОРНОСТТА

Strongly agree 1 Така че somewhat agree 2 Somewhat disagree 3 Strongly disagree 4 Не знам 998

МОЛЯ, АКО Q3_2=4

В8 Защо не купувате продукти с екомаркировката на ЕС?

(Множество отговори - РАНДОМИЗА 1-6 НО КЛЮЧОВИ ТОЧКИ 4-6 ЗАЕДНО)

Не търся екомаркировки върху продуктите, които купувам 1 Не се чувствам загрижен от екологични проблеми 2 Не намирам продукти с екомаркировката на ЕС, където пазарувам 3

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

Продуктите с екомаркировката на ЕС 1 не са наистина екологични 4 Продуктите с екомаркировката на ЕС са твърде скъпи 5 Продуктите с екомаркировката на ЕС не са с добро качество 6 Други 7 Не знам 998

Приложение към данните

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

DX1_1 Колко важни са следните аспекти при вземането на решение за това какви продукти (стоки или услуги) да се купят? Въздействието на продукта върху околната среда

	Много важно	По-скоро важно	По-скоро не е важно	Изобщо не е важно	Не знам
ЕС-27	23	50	19	6	2
Белгия	13	50	26	9	3
BG	18	53	25	2	1
CZ	15	47	28	8	3
DK	13	45	29	11	3
DE	20	50	20	8	2
EE	6	47	36	8	3
IE	24	46	20	8	2
EL	34	41	18	6	1
ES	30	46	19	5	1
Франция	21	51	18	8	3
HR	16	54	22	4	4
ИТ	33	51	13	3	1
CY	30	47	18	4	1
LV	9	45	35	9	2
LT	15	50	25	7	2
LU	18	53	23	5	1
HU	16	53	25	4	2
MT	28	50	17	4	1
NL	13	48	25	11	3
AT	22	50	20	6	2
PL	23	52	17	6	3
PT	32	53	13	2	0
RO	37	47	13	3	1
SI	20	55	20	4	1
SK	13	46	29	10	3
FI	11	49	31	8	2
SE	16	47	27	8	2

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС/Работа на място: 5/9-13/9/2023

(%) База: n=26 635 - Всички респонденти

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

DX1_2 Колко важни са следните аспекти при вземането на решение за това какви продукти (стоки или услуги) да се купят? Цената на продукта

	Много важно	По-скоро важно	По-скоро не е важно	Изобщо не е важно	Не знам
ЕС-27	55	40	5	1	0
Белгия	50	44	5	1	0
BG	48	45	7	0	0
CZ	55	40	4	1	0
DK	44	48	7	1	0
DE	45	46	7	1	0
EE	41	52	5	1	0
IE	58	37	4	1	0
EL	76	20	4	1	0
ES	66	30	4	0	0
Франция	54	40	4	1	0
HR	50	46	3	0	0
ИТ	52	42	5	1	0
CY	67	29	3	1	0
LV	51	44	4	1	0
LT	56	40	4	0	0
LU	36	49	13	2	0
HU	57	38	4	1	0
MT	57	39	3	1	0
NL	49	46	4	1	0
AT	53	41	6	1	0
PL	63	34	2	1	0
PT	66	33	1	1	0
RO	68	29	2	0	0
SI	49	45	5	1	0
SK	58	38	4	1	0
FI	44	49	6	1	0
SE	43	49	6	2	0

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС/Работа на място: 5/9-13/9/2023

(%) База: n=26 635 - Всички респонденти

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

DX1_3 Колко важни са следните аспекти при вземането на решение за това какви продукти (стоки или услуги) да се купят? Качеството на продукта

	Много важно	По-скоро важно	По-скоро не е важно	Изобщо не е важно	Не знам
ЕС-27	64	33	3	1	0
Белгия	58	38	4	1	0
BG	68	30	1	0	0
CZ	59	38	3	1	0
DK	47	48	5	0	0
DE	59	37	3	1	0
EE	44	52	3	1	0
IE	68	28	2	1	0
EL	75	23	1	1	0
ES	78	20	2	1	0
Франция	56	40	3	1	0
HR	48	49	2	1	0
ИТ	70	28	2	0	0
CY	79	19	1	1	0
LV	57	39	3	1	0
LT	61	36	2	1	0
LU	66	32	3	0	0
HU	51	45	3	0	1
MT	75	24	1	0	0
NL	58	39	2	1	0
AT	69	28	3	1	0
PL	70	28	2	1	0
PT	68	30	1	1	0
RO	82	16	2	1	0
SI	57	39	3	0	0
SK	60	35	3	1	0
FI	49	46	3	1	0
SE	50	44	5	1	0

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС/Работа на място: 5/9-13/9/2023

(%) База: n=26 635 - Всички респонденти

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

DX1_4 Колко важни са следните аспекти при вземането на решение за това какви продукти (стоки или услуги) да се купят? Марката на продукта

	Много важно	По-скоро важно	По-скоро не е важно	Изобщо не е важно	Не знам
ЕС-27	16	46	30	8	0
Белгия	8	43	35	12	1
BG	17	47	33	3	0
CZ	13	42	35	10	0
DK	6	36	38	17	3
DE	12	36	39	13	0
EE	5	34	49	11	1
IE	16	39	33	11	1
EL	20	41	30	9	0
ES	19	54	24	3	0
Франция	13	48	29	10	0
HR	10	42	40	8	1
ИТ	23	50	23	3	0
CY	18	45	29	8	0
LV	5	38	47	10	1
LT	10	42	38	9	1
LU	7	43	37	12	0
HU	7	38	43	12	1
MT	18	43	28	11	0
NL	9	44	32	14	1
AT	11	36	40	12	1
PL	22	55	19	4	1
PT	15	47	34	4	0
RO	27	56	13	5	0
SI	11	43	37	9	0
SK	11	39	41	9	0
FI	6	34	46	15	0
SE	11	44	34	10	1

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС/Работа на място: 5/9-13/9/2023

(%) База: n=26 635 - Всички респонденти

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

DX2_1 До каква степен сте съгласен(на) или несъгласен(на) със следните твърдения? Закупуването на продукти с по-слабо въздействие върху околната среда има значение за околната среда

	Напълно съм съгласен(на)	Донякъде съм съгласен(на)	Донякъде не съм съгласен(на)	Категорично не съм съгласен/на	Не знам
EC-27	33	48	11	4	3
Белгия	27	50	13	5	5
BG	35	50	8	4	4
CZ	23	58	10	4	5
DK	26	48	14	5	7
DE	29	48	15	5	3
EE	22	56	13	4	6
IE	34	46	10	5	4
EL	47	40	8	3	2
ES	39	47	9	3	3
Франция	22	53	14	6	5
HR	40	45	9	4	2
ИТ	38	50	9	2	1
CY	57	32	7	2	3
LV	23	52	14	4	7
LT	37	45	11	4	4
LU	27	48	15	5	5
HU	28	53	12	3	3
MT	47	43	6	2	3
NL	40	44	9	4	3
AT	30	47	14	5	4
PL	36	47	9	3	5
PT	56	36	5	1	2
RO	53	36	6	3	2
SI	23	49	18	6	4
SK	28	54	10	4	4
FI	27	51	12	5	5
SE	34	47	12	4	3

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС/Работа на място: 5/9-13/9/2023

(%) База: n=26 635 - Всички респонденти

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

DX2_2 До каква степен сте съгласен(на) или несъгласен(на) със следните твърдения? Закупих продукти специално поради по-ниското им въздействие върху околната среда

	Напълно съм съгласен(на)	Донякъде съм съгласен(на)	Донякъде не съм съгласен(на)	Категорично не съм съгласен/на	Не знам
ЕС-27	18	42	24	12	4
Белгия	12	37	29	18	4
BG	19	50	18	8	5
CZ	11	46	29	11	4
DK	8	27	27	29	8
DE	16	38	26	16	5
EE	6	36	36	15	7
IE	19	41	22	14	3
EL	24	47	17	8	4
ES	20	45	21	10	4
Франция	15	36	28	18	3
HR	16	45	24	11	3
ИТ	24	50	19	5	2
CY	26	46	14	9	6
LV	8	38	32	16	7
LT	14	44	21	12	8
LU	17	38	30	12	4
HU	11	39	34	13	3
MT	25	40	23	9	5
NL	16	36	26	16	6
AT	16	39	29	14	2
PL	17	40	25	9	9
PT	20	49	19	9	3
RO	27	51	11	7	5
SI	12	44	27	15	2
SK	10	41	32	10	7
FI	11	41	29	14	6
SE	16	46	20	11	6

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС/Работа на място: 5/9-13/9/2023

(%) База: n=26 635 - Всички респонденти

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

Q1 Моля, разгледайте внимателно логото, показано по-долу. Виждали ли сте това лого преди?

	Да	Не	Не знам
ЕС-27	38	48	14
Белгия	48	38	13
BG	30	52	18
CZ	23	57	20
DK	49	38	13
DE	29	56	14
EE	49	34	18
IE	20	70	10
EL	39	51	10
ES	34	55	11
Франция	61	30	9
HR	29	51	21
ИТ	49	39	13
CY	34	52	14
LV	33	48	18
LT	45	35	21
LU	47	37	16
HU	21	64	15
MT	35	51	14
NL	30	56	14
AT	27	56	18
PL	34	48	18
PT	24	64	12
RO	30	48	22
SI	37	47	16
SK	23	58	19
FI	30	47	23
SE	33	52	15

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС/Работа на място:
5/9-13/9/2023

(%) База: n=26 635 - Всички респонденти



Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

Q2_1 Показаното лого е това на екомаркировката на ЕС. Според Вас кое от следните твърдения за екомаркировката на ЕС е вярно или невярно? Екомаркировката на ЕС се присъжда на продукти с по-слабо въздействие върху околната среда в сравнение с подобни продукти на пазара (правилно)

	Вярно	Фалшиви	Не знам
ЕС-27	60	8	32
Белгия	60	7	33
BG	61	7	32
CZ	56	7	38
DK	62	8	30
DE	47	12	42
EE	54	7	39
IE	55	7	38
EL	64	5	31
ES	63	7	30
Франция	71	6	24
HR	72	5	23
ИТ	67	7	26
CY	60	10	29
LV	54	7	40
LT	70	6	24
LU	65	7	28
HU	61	6	33
MT	66	10	25
NL	51	8	41
AT	53	10	37
PL	59	8	33
PT	62	6	33
RO	68	10	22
SI	68	7	25
SK	55	8	37
FI	60	7	33
SE	56	10	34

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС/Работа на място:
5/9-13/9/2023

(%) База: n=26 635 - Всички респонденти

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

Q2_2 Показаното лого е това на екомаркировката на ЕС. Според Вас кое от следните твърдения за екомаркировката на ЕС е вярно или невярно? Екомаркировката на ЕС е независимо проверен етикет, който дружествата могат да решат да поставят върху своите продукти, за да покажат, че са екологосъобразни (правилни)

	Вярно	Фалшиви	Не знам
ЕС-27	50	11	39
Белгия	49	9	42
BG	57	4	39
CZ	47	9	44
DK	43	20	37
DE	40	13	47
EE	40	16	44
IE	49	8	44
EL	52	9	39
ES	54	7	39
Франция	53	11	36
HR	53	13	35
ИТ	55	11	34
CY	51	10	40
LV	45	8	47
LT	39	19	42
LU	49	11	40
HU	38	21	42
MT	57	11	32
NL	43	10	48
AT	48	13	39
PL	53	10	37
PT	52	10	38
RO	63	8	29
SI	59	10	32
SK	47	10	42
FI	57	5	37
SE	43	15	42

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС/Работа на място: 5/9-13/9/2023

(%) База: n=26 635 - Всички респонденти

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

Q2_3 Показаното лого е това на екомаркировката на ЕС. Според Вас кое от следните твърдения за екомаркировката на ЕС е вярно или невярно? Екомаркировката на ЕС се присъжда на биологични храни и напитки (неправилна)

	Вярно	Фалшиви	Не знам
ЕС-27	41	15	44
Белгия	37	15	48
BG	48	8	45
CZ	39	10	52
DK	42	19	39
DE	33	18	49
EE	39	11	51
IE	37	11	53
EL	47	11	43
ES	41	13	47
Франция	40	19	42
HR	46	10	44
ИТ	39	20	42
CY	45	11	45
LV	43	10	47
LT	64	6	30
LU	40	16	44
HU	31	16	52
MT	34	18	48
NL	30	15	54
AT	42	13	45
PL	60	7	34
PT	40	10	50
RO	67	8	25
SI	54	10	36
SK	36	9	55
FI	36	9	55
SE	48	9	44

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС/Работа на място: 5/9-13/9/2023

(%) База: n=26 635 - Всички респонденти

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

Q2_4 Показаното лого е това на екомаркировката на ЕС. Според Вас кое от следните твърдения за екомаркировката на ЕС е вярно или невярно?
Екомаркировката на ЕС е знакът на Европейския съюз за отлични екологични постижения (правилно)

	Вярно	Фалшиви	Не знам
ЕС-27	56	7	36
Белгия	49	10	41
BG	68	3	29
CZ	39	12	49
DK	69	6	25
DE	55	7	39
EE	48	4	48
IE	54	4	42
EL	55	6	39
ES	64	5	31
Франция	54	11	36
HR	71	3	26
ИТ	57	8	35
CY	54	6	39
LV	46	8	46
LT	59	6	36
LU	53	9	38
HU	57	7	36
MT	66	4	31
NL	37	11	52
AT	60	5	35
PL	57	6	37
PT	65	3	32
RO	62	9	29
SI	64	6	30
SK	51	9	41
FI	59	5	36
SE	56	6	38

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС/Работа на място: 5/9-13/9/2023

(%) База: n=26 635 - Всички респонденти

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

Q2_5 Показаното лого е това на екомаркировката на ЕС. Според Вас кое от следните твърдения за екомаркировката на ЕС е вярно или невярно? За да получат екомаркировката на ЕС, продуктите трябва да отговарят на строги екологични критерии (правилно)

	Вярно	Фалшиви	Не знам
EC-27	69	5	27
Белгия	67	5	28
BG	71	3	26
CZ	63	5	32
DK	67	6	27
DE	61	5	34
EE	63	4	34
IE	61	5	34
EL	74	3	23
ES	70	5	25
Франция	73	6	21
HR	79	2	19
ИТ	73	6	22
CY	79	2	19
LV	62	5	33
LT	71	4	25
LU	69	6	26
HU	66	5	29
MT	77	2	21
NL	53	7	40
AT	67	4	28
PL	70	4	26
PT	74	2	25
RO	85	2	13
SI	72	5	24
SK	64	5	31
FI	64	5	31
SE	64	6	31

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС/Работа на място:
5/9-13/9/2023

(%) База: n=26 635 - Всички респонденти

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

Q3_1 Колко често купувате продукти с екологични етикети

	Често	Понякога	Рядко	Никога	Не знам
ЕС-27	16	47	22	5	10
Белгия	8	42	26	8	15
BG	15	50	22	4	10
CZ	8	50	25	8	9
DK	19	46	19	5	12
DE	14	46	24	6	11
EE	8	46	28	5	13
IE	17	50	17	6	10
EL	21	48	21	5	6
ES	14	46	23	6	11
Франция	15	46	23	7	9
HR	16	55	20	4	6
ИТ	28	51	15	3	3
CY	23	49	16	4	8
LV	8	43	25	5	20
LT	11	47	25	5	11
LU	21	41	20	5	14
HU	11	34	31	6	18
MT	15	47	19	4	15
NL	12	48	19	7	14
AT	14	47	22	3	14
PL	13	43	24	4	16
PT	17	55	16	2	10
RO	26	49	14	3	7
SI	13	46	28	6	7
SK	8	37	30	8	17
FI	20	57	16	2	6
SE	20	55	17	4	4

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС/Работа на място: 5/9-13/9/2023

(%) База: n=26 635 - Всички респонденти

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

Q3_2 Колко често купувате продукти с екомаркировката на ЕС

	Често	Понякога	Рядко	Никога	Не знам
ЕС-27	8	30	18	10	33
Белгия	6	35	21	10	28
BG	6	25	18	15	36
CZ	3	19	15	20	44
DK	7	28	15	10	39
DE	6	27	22	8	37
EE	4	29	21	9	37
IE	6	23	14	15	42
EL	9	28	15	10	37
ES	7	28	16	13	37
Франция	9	37	22	11	22
HR	5	31	20	9	35
ИТ	14	37	15	9	25
CY	9	30	12	7	42
LV	3	24	19	12	42
LT	6	31	24	10	31
LU	9	32	15	7	37
HU	4	20	17	17	42
MT	7	30	19	8	36
NL	5	22	14	14	45
AT	7	32	16	7	38
PL	7	29	17	11	36
PT	5	27	13	9	46
RO	20	41	18	4	16
SI	6	27	24	14	30
SK	4	20	21	15	40
FI	5	25	15	6	49
SE	4	23	13	13	47

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС/Работа на място: 5/9-13/9/2023

(%) База: n=26 635 - Всички респонденти

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

Q4a Кой от следните продукти сте закупили през последните 12 месеца? Изберете всичко, което се прилага.
[Множество отговори]

	Детергенти/ почистващи продукти	Хартиен и продукти (като хартия тип тишу, продукти тип тишу, копирна хартия и др.)	Текстил, облекло/ обувки	Подови настилки и/плочки	Козметика/ продукти за грижа за животни	Абсорбиращи продукти за лична хигиена (памперси/женски и тампони/ тампони)	Бои/ лакове	Мебели/ матраци	Растежни и среды/по добри ли на почвата	Услуги по туристическо настаняване (хотели/ лагери)	Нито едно от тези	Не знам
ЕС-27	79	72	72	10	44	40	27	23	14	32	2	1
Белгия	73	75	71	8	40	34	24	18	7	31	3	2
BG	81	63	66	17	42	40	31	21	29	38	2	1
CZ	81	84	73	10	43	42	34	23	33	33	1	1
DK	77	56	77	7	42	36	26	25	12	27	3	2
DE	81	78	71	10	50	31	25	25	8	35	2	1
EE	77	78	71	10	42	36	26	21	19	28	3	2
IE	77	79	76	14	51	43	39	26	24	46	2	1
EL	86	84	64	6	43	47	30	19	15	29	2	1
ES	82	59	78	8	36	48	25	26	17	41	2	1
Франция	73	79	71	10	38	42	27	22	10	33	2	2
HR	87	85	77	11	66	46	37	26	18	26	1	1
ИТ	82	54	70	9	40	44	25	18	10	24	1	2
CY	84	79	63	7	45	47	28	16	15	35	3	2
LV	79	68	63	10	43	38	23	19	28	22	3	1
LT	60	55	62	8	53	34	23	16	23	20	5	3
LU	82	83	78	8	40	38	24	23	8	28	3	1
HU	83	84	66	10	58	39	29	16	20	27	2	1
MT	84	85	73	12	47	46	34	24	26	36	1	2
NL	76	81	78	11	48	34	25	23	9	43	3	1
AT	82	78	75	9	61	34	21	25	11	32	2	1
PL	74	79	74	15	40	43	39	25	23	30	2	2
PT	89	77	73	6	44	54	24	16	8	34	1	1
RO	86	63	76	10	44	47	30	23	14	30	2	1
SI	78	72	70	11	52	35	25	23	16	36	4	1
SK	76	78	74	10	49	37	31	22	18	26	2	2
FI	79	88	79	8	58	38	24	26	26	42	1	0
SE	81	60	75	8	43	34	24	28	30	31	2	1

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС/Работа на място: 5/9-13/9/2023

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

(%) База: n=26 635 - Всички респонденти

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

Q4b От следните продукти, закупени през последните 12 месеца, закупихте ли такива с екомаркировката на ЕС?
Изберете всичко, което се прилага. [Множество отговори]

	Детергент и/почистващи продукти	Хартиен и продукт и (като хартия тип тишу, продукт и тип тишу, копирна хартия и др.)	Текстил , облекло/обувки	Подови настилки /плочки	Козметика/продукти за грижа за животните	Абсорбиращи продукти за лична хигиена (памперси/женски тампони)	Бои/лакове	Мебели/матраци	Растежни среди/по добрите ли на почвата	Услуги по туристическо настаняване (хотели/лагери)	Нито едно от тези	Не знам
ЕС-27	19	17	11	3	9	9	6	4	3	4	14	48
Белгия	20	16	9	2	8	6	4	3	2	4	14	49
BG	15	14	8	3	8	7	4	2	6	2	16	52
CZ	13	13	6	2	7	6	4	2	4	2	19	53
DK	17	9	10	2	6	5	3	4	2	3	19	51
DE	16	16	9	2	9	6	5	4	3	4	16	51
EE	18	15	6	1	8	6	3	2	2	2	16	51
IE	13	13	8	2	7	6	4	4	4	4	15	56
EL	26	21	8	2	11	10	6	4	4	3	15	43
ES	16	13	11	2	8	10	5	3	3	4	10	54
Франция	22	24	14	4	11	14	8	5	3	5	17	37
HR	16	16	9	1	12	6	4	2	3	1	13	54
ИТ	25	18	12	3	10	11	6	4	3	4	12	41
CY	22	21	8	1	10	8	8	2	4	4	8	53
LV	16	12	3	2	5	4	2	2	4	1	20	51
LT	19	12	7	2	12	7	4	2	4	2	21	40
LU	24	21	10	0	7	6	3	1	1	2	13	52
HU	14	15	6	1	7	5	3	1	4	2	15	55
MT	21	17	8	1	8	8	5	3	5	3	16	53
NL	13	12	8	2	6	4	3	3	3	4	14	60
AT	17	14	8	1	12	6	4	4	2	3	13	56
PL	16	17	9	4	9	9	7	4	6	3	10	53
PT	19	15	8	1	9	8	3	2	2	4	13	57
RO	37	25	26	4	18	19	9	8	6	6	12	28
SI	18	16	7	2	8	6	4	4	3	2	18	49
SK	11	13	8	2	8	4	4	3	3	2	14	58
FI	10	11	5	2	6	5	3	3	3	2	16	61
SE	15	8	10	2	6	6	4	4	4	4	13	57

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС/Работа на място: 5/9-13/9/2023

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

(%) База: n=26 635 - Всички респонденти

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

В5 Къде най-често купувате продукти с екомаркировката на ЕС? [Множество отговори]

	В супермаркет ите	В биوماгазин и	Онлайн	Други	Не знам
ЕС-27	66	24	24	4	11
Белгия	69	22	20	2	13
BG	56	39	21	6	12
CZ	55	21	36	4	12
DK	67	12	18	3	18
DE	60	22	26	8	15
EE	64	19	15	3	17
IE	65	19	20	2	17
EL	67	29	20	1	9
ES	62	28	25	3	9
Франция	80	24	19	3	7
HR	58	30	12	6	17
ИТ	64	28	27	3	10
CY	73	27	14	1	11
LV	62	16	20	3	16
LT	69	17	21	3	12
LU	71	31	13	3	14
HU	56	22	22	7	14
MT	67	20	13	3	21
NL	62	18	22	8	17
AT	65	26	25	6	12
PL	64	25	37	5	11
PT	70	30	5	2	14
RO	79	23	25	5	5
SI	62	19	19	4	17
SK	56	22	24	6	15
FI	67	13	14	3	21
SE	47	22	33	7	16

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС/Работа на място: 5/9-13/9/2023

(%) База: n=14 191 — Респонденти, закупили продукти с екомаркировката на ЕС

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

Q6_1 Искате ли да намерите повече продукти с екомаркировката на ЕС в някоя от следните категории? Текстил, облекло/обувки

	Да	Не	Не е приложимо (не купувам тези продукти/услуги)	Не знам
ЕС-27	71	13	4	12
Белгия	63	19	5	13
BG	78	9	4	9
CZ	54	19	7	19
DK	60	19	5	17
DE	65	15	4	17
EE	56	16	7	21
IE	72	14	4	9
EL	76	12	4	8
ES	76	9	5	9
Франция	71	15	5	10
HR	79	10	3	8
ИТ	77	8	4	11
CY	77	10	3	11
LV	58	13	8	22
LT	62	11	6	20
LU	70	15	3	12
HU	65	14	8	14
MT	78	9	3	10
NL	61	19	4	16
AT	68	16	3	13
PL	73	17	3	8
PT	83	5	2	10
RO	83	10	3	4
SI	66	18	6	9
SK	67	13	4	16
FI	66	13	6	15
SE	67	13	4	16

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС/Работа на място:
5/9-13/9/2023

(%) База: n=26 635 - Всички респонденти

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

Q6_2 Искате ли да намерите повече продукти с екомаркировката на ЕС в някоя от следните категории? Подови настилки/плочки

	Да	Не	Не е приложимо (не купувам тези продукти/услуги)	Не знам
ЕС-27	46	16	26	12
Белгия	35	22	30	13
BG	61	11	16	11
CZ	33	21	29	17
DK	28	19	35	18
DE	37	18	31	14
EE	32	15	33	20
IE	47	20	21	12
EL	53	14	23	10
ES	59	10	21	9
Франция	46	17	27	10
HR	46	19	25	11
ИТ	57	8	25	11
CY	49	11	25	15
LV	38	14	26	22
LT	42	14	25	19
LU	36	15	31	18
HU	39	17	32	13
MT	46	9	31	14
NL	41	20	22	17
AT	37	19	28	17
PL	47	20	22	11
PT	54	7	27	12
RO	53	22	20	5
SI	35	30	27	8
SK	36	20	28	16
FI	33	13	40	14
SE	37	15	31	17

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС/Работа на място: 5/9-13/9/2023

(%) База: n=26 635 - Всички респонденти

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

Q6_3 Искате ли да намерите повече продукти с екомаркировката на ЕС в някоя от следните категории?
Козметика/продукти за грижа за животните

	Да	Не	Не е приложимо (не купувам тези продукти/услуги)	Не знам
ЕС-27	63	12	16	10
Белгия	57	15	18	10
BG	71	8	14	7
CZ	51	13	22	14
DK	52	16	19	14
DE	57	14	15	14
EE	54	12	20	14
IE	66	13	12	9
EL	68	10	16	6
ES	69	7	17	7
Франция	63	13	17	7
HR	75	8	10	7
ИТ	68	8	16	8
CY	73	6	12	9
LV	56	10	18	16
LT	61	13	11	15
LU	60	12	18	10
HU	66	11	12	11
MT	71	4	18	7
NL	56	16	15	13
AT	66	12	10	12
PL	56	17	20	7
PT	73	5	14	8
RO	68	15	13	4
SI	63	16	14	7
SK	62	14	14	10
FI	60	12	16	13
SE	57	12	19	12

Експресно проучване на Евробарометър No 535 —
Екомаркировката на ЕС/Работа на място: 5/9-13/9/2023
(%) База: n=26 635 - Всички респонденти

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

Q6_4 Искате ли да намерите повече продукти с екомаркировката на ЕС в някоя от следните категории? Абсорбиращи продукти за лична хигиена (памперси/женски тампони/тампони)

	Да	Не	Не е приложимо (не купувам тези продукти/услуги)	Не знам
ЕС-27	58	12	21	9
Белгия	49	16	26	10
BG	70	7	16	7
CZ	50	13	23	13
DK	42	16	30	12
DE	46	15	26	13
EE	44	12	30	14
IE	59	13	20	8
EL	71	8	14	7
ES	70	8	15	7
Франция	59	13	21	7
HR	64	11	17	7
ИТ	69	7	17	8
CY	72	7	12	9
LV	51	11	22	16
LT	52	13	21	14
LU	54	14	23	9
HU	55	13	23	10
MT	66	6	21	8
NL	46	17	26	12
AT	56	12	22	10
PL	58	18	18	6
PT	71	5	15	9
RO	68	14	14	4
SI	51	18	22	9
SK	57	13	19	12
FI	46	11	30	14
SE	52	12	25	12

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС/Работа на място:
5/9-13/9/2023

(%) База: n=26 635 - Всички респонденти

Q6_5 Искате ли да намерите повече продукти с екомаркировката на ЕС в някоя от следните категории? Бои/лакове

	Да	Не	Не е приложимо (не купувам тези продукти/услуги)	Не знам
ЕС-27	60	13	17	10
Белгия	50	18	20	11
BG	72	9	11	9
CZ	48	17	21	14
DK	48	17	21	14
DE	53	14	21	12
EE	47	13	23	17
IE	61	15	14	10
EL	71	9	13	7
ES	70	9	13	8
Франция	61	14	16	10
HR	68	12	13	7
ИТ	67	9	15	9
CY	66	8	15	10
LV	46	14	21	19
LT	52	12	19	16
LU	54	14	21	11
HU	52	12	24	12
MT	66	8	19	8
NL	54	17	17	13
AT	51	15	22	12
PL	61	19	13	8
PT	68	5	18	9
RO	65	17	13	5
SI	55	20	18	8
SK	58	15	16	12
FI	43	13	31	14
SE	53	13	21	13

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС/Работа на място: 5/9-13/9/2023

(%) База: n=26 635 - Всички респонденти

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

Q6_6 Искате ли да намерите повече продукти с екомаркировката на ЕС в някоя от следните категории? Мебели/матраци

	Да	Не	Не е приложимо (не купувам тези продукти/услуги)	Не знам
EC-27	59	16	13	13
Белгия	46	22	17	16
BG	67	10	12	11
CZ	45	19	19	18
DK	44	19	17	20
DE	52	17	14	17
EE	43	17	21	20
IE	59	16	14	10
EL	69	12	11	9
ES	70	12	8	10
Франция	61	16	11	12
HR	65	14	12	9
ИТ	68	10	12	11
CY	72	9	10	10
LV	49	13	18	21
LT	49	15	17	19
LU	51	17	17	15
HU	50	15	22	13
MT	61	11	15	13
NL	47	22	14	17
AT	53	18	14	16
PL	53	22	15	10
PT	73	6	10	11
RO	67	18	10	5
SI	51	22	16	11
SK	51	17	15	17
FI	51	15	16	18
SE	56	15	11	18

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС/Работа на място:
5/9-13/9/2023

(%) База: n=26 635 - Всички респонденти

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

Q6_7 Искате ли да намерите повече продукти с екомаркировката на ЕС в някоя от следните категории? Услуги по туристическо настаняване (хотели/лагери)

	Да	Не	Не е приложимо (не купувам тези продукти/услуги)	Не знам
ЕС-27	52	16	18	14
Белгия	43	23	20	14
BG	62	10	15	13
CZ	35	21	25	20
DK	36	20	23	21
DE	42	20	20	18
EE	35	18	23	23
IE	58	19	10	13
EL	63	13	14	10
ES	68	10	12	10
Франция	54	16	18	13
HR	52	16	22	10
ИТ	59	8	20	13
CY	67	9	11	14
LV	37	16	25	22
LT	41	16	20	23
LU	47	18	22	14
HU	45	16	26	14
MT	61	9	20	10
NL	43	24	16	17
AT	47	18	17	18
PL	48	22	21	9
PT	69	6	14	11
RO	61	20	14	6
SI	47	25	18	11
SK	44	18	23	16
FI	47	15	20	18
SE	46	16	19	20

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС/Работа на място: 5/9-13/9/2023

(%) База: n=26 635 - Всички респонденти

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

B7_1 До каква степен сте съгласен(на) или несъгласен(на) със следните твърдения? Вярвам, че продуктите с екомаркировка на ЕС наистина имат по-слабо въздействие върху околната среда в сравнение с подобни продукти на пазара

	Напълно съм съгласен(на)	Донякъде съм съгласен(на)	Донякъде не съм съгласен(на)	Категорично не съм съгласен/на	Не знам
ЕС-27	28	46	10	5	11
Белгия	24	47	12	6	10
BG	36	43	7	2	12
CZ	18	47	11	5	19
DK	28	41	11	6	14
DE	25	44	13	7	11
EE	14	52	9	4	21
IE	28	46	7	5	15
EL	32	42	5	3	18
ES	35	43	8	3	11
Франция	20	49	14	8	11
HR	30	51	8	4	7
ИТ	32	50	9	2	7
CY	41	33	5	2	19
LV	15	54	11	4	17
LT	30	51	6	3	11
LU	30	43	13	5	9
HU	37	45	6	3	9
MT	35	45	6	2	13
NL	28	45	11	7	9
AT	30	43	13	7	8
PL	26	54	6	3	11
PT	41	37	5	1	16
RO	45	43	6	3	3
SI	24	50	13	4	9
SK	23	49	10	5	13
FI	24	52	9	3	12
SE	28	41	11	4	15

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС/Работа на място: 5/9-13/9/2023

(%) Основа: n=26 635 - Всички отговорили ts

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

B7_2 До каква степен сте съгласен(на) или несъгласен(на) със следните твърдения? Компаниите често правят подвеждащи твърдения за екологосъобразност, което кара клиентите да вярват, че техният продукт или услуга са екологосъобразни

	Напълно съм съгласен(на)	Донякъде съм съгласен(на)	Донякъде не съм съгласен(на)	Категорично не съм съгласен/на	Не знам
ЕС-27	30	48	10	2	10
Белгия	28	48	10	2	12
BG	33	51	8	2	6
CZ	23	53	10	1	13
DK	23	45	12	2	17
DE	36	45	9	2	8
EE	21	55	11	1	12
IE	44	44	6	2	6
EL	36	50	5	2	7
ES	32	47	10	2	9
Франция	25	50	11	3	12
HR	38	52	6	1	3
ИТ	23	49	16	3	10
CY	39	43	7	1	11
LV	22	54	10	1	13
LT	23	49	15	2	11
LU	37	46	7	1	9
HU	30	48	10	2	10
MT	34	47	8	3	9
NL	42	41	7	2	8
AT	42	44	7	1	6
PL	23	49	9	1	18
PT	40	49	4	1	6
RO	35	50	7	2	5
SI	33	50	9	3	6
SK	24	50	10	1	15
FI	24	52	12	1	10
SE	27	50	10	2	10

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС/Работа на място: 5/9-13/9/2023

(%) Основа: n=26 635 - Всички отговорили ts

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

B7_3 До каква степен сте съгласен(на) или несъгласен(на) със следните твърдения? За да бъде надежден, екомаркировката трябва да бъде проверена от независима организация.

	Напълно съм съгласен(на)	Донякъде съм съгласен(на)	Донякъде не съм съгласен(на)	Категорично не съм съгласен/на	Не знам
ЕС-27	56	31	6	2	5
Белгия	56	32	6	2	5
BG	67	24	5	0	4
CZ	40	44	5	2	10
DK	50	31	7	3	9
DE	57	29	6	3	6
EE	49	39	4	1	7
IE	60	27	5	3	6
EL	63	27	4	2	4
ES	56	30	7	3	5
Франция	57	30	6	2	5
HR	64	28	5	1	3
ИТ	50	34	8	2	6
CY	73	18	3	2	4
LV	45	43	5	3	5
LT	53	32	6	3	7
LU	65	27	4	1	3
HU	59	28	5	2	6
MT	69	22	2	1	6
NL	67	22	6	2	3
AT	61	28	5	2	4
PL	48	40	4	2	6
PT	68	24	3	1	4
RO	65	29	4	1	3
SI	60	27	7	2	5
SK	49	36	5	2	8
FI	57	29	7	2	6
SE	56	30	6	2	7

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС/Работа на място: 5/9-13/9/2023

(%) База: n=26 635 - Всички респонденти

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС

В8 Защо не купувате продукти с екомаркировката на ЕС? [Множество отговори]

	Не търся екологични етикети за продуктите, които купувам	Не се чувствам загрижен от проблемите на околната среда	Не намирам продукти с екомаркировката на ЕС там, където пазарувам	Продуктите с екомаркировка на ЕС не са наистина екологосъобразни	Продуктите с екомаркировка на ЕС са твърде скъпи	Продуктите с екомаркировка на ЕС не са с добро качество	Други	Не знам
ЕС-27	40	14	30	9	23	5	7	10
Белгия	41	31	17	10	29	5	0	10
BG	33	7	44	10	20	9	4	11
CZ	48	19	39	6	21	2	5	7
DK	45	19	17	13	11	7	12	16
DE	41	16	18	12	19	4	12	12
EE	51	19	44	12	31	4	2	3
IE	29	8	46	6	13	5	10	7
EL	40	10	40	14	32	6	1	9
ES	32	14	27	2	20	3	7	15
Франция	46	12	21	15	39	5	2	8
HR	32	17	41	11	20	3	7	6
ИТ	32	11	36	4	14	5	6	14
CY	44	22	37	11	12	18	5	15
LV	35	13	37	5	13	8	7	10
LT	43	7	38	7	20	5	5	9
LU	39	20	21	18	37	11	14	6
HU	42	4	51	6	16	2	7	10
MT	51	7	46	7	21	6	3	3
NL	37	22	23	6	25	5	11	8
AT	50	26	28	24	40	12	9	3
PL	48	11	43	11	23	3	5	4
PT	33	6	42	6	19	4	6	10
RO	34	14	16	25	43	14	12	3
SI	38	4	35	12	19	3	7	15
SK	40	14	36	14	27	9	4	10
FI	29	26	33	7	29	5	4	10
SE	39	27	30	9	11	5	8	12

Забележка: Внимание, малък размер на основата (n<150) за резултатите за отделните държави

Експресно проучване на Евробарометър No 535 — Екомаркировката на ЕС/Работа на място: 5/9-13/9/2023

(%) База: n=2 882 — Респонденти, които никога не купуват продукти с екомаркировката на ЕС

