



Evropska
komisija

Flash Eurobarometer 535

Znak EU za okolje

Poročilo



Fieldwork: **2.
september
023**

Publication:

oktobra 2023

Raziskava na zahtevo Evropske komisije, Generalnega direktorata za podjetništvo in industrijo, ki jo usklajuje Generalni direktorat za komuniciranje

Ta dokument ne predstavlja stališča Evropske komisije.

Razlage in mnenja, ki jih vsebuje, so izključno razlage in mnenja avtorjev.

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Ipsos Evropske javne zadeve



Europo kune



Eŭropo
Demokratio
Esperanto

Dokument, ki ga je pripravil Pierre Dieumegard za [Europokune](#)– Europe Together – in [Europe Democracy Esperanto](#).

Namen tega "začasnega" dokumenta je omogočiti več ljudem v Evropski uniji, da se seznani z dokumenti, ki jih je pripravila Evropska unija (in se financirajo iz njihovih davkov).

Če prevodov ni, so državljani izključeni iz razprave.

Ta dokument „Eurobarometer“ [je obstajal samo v angleščini](#), v datoteki pdf. Iz začetne datoteke smo ustvarili datoteko odt, ki jo je pripravila programska oprema Libre Office, za strojno prevajanje v druge jezike. Rezultati so zdaj [na voljo v vseh uradnih jezikih](#).

Zaželeno je, da prevod pomembnih dokumentov prevzame uprava EU. „Pomembni dokumenti“ niso le zakoni in predpisi, temveč tudi pomembne informacije, potrebne za skupno sprejemanje informiranih odločitev.

Da bi skupaj razpravljali o naši skupni prihodnosti in omogočili zanesljive prevode, bi bil mednarodni jezik esperanto zelo koristen zaradi svoje preprostosti, pravilnosti in natančnosti.

Kontaktirajte nas:

[Kontaktu nin-Ek ! Eŭropo kune !](#)

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

Flash Eurobarometer 535

Znak EU za okolje

Poročilo

September 2023

raziskava, ki jo je na zahtevo Evropske komisije izvedel Ipsos za evropske javne zadeve,

Generalni direktorat za okolje

Raziskava, ki jo usklajuje Evropska komisija, Generalni direktorat za komuniciranje

(enota GD COMM za spremljanje medijev in Eurobarometer)

Naslov projekta	Raziskava Flash Eurobarometer 535 o znaku EU za okolje – september 2023
	Poročilo
Jezikovna različica	SL
Kataloška številka	KH-03-23-410-EN-N
ISBN	978-92-68-08062-7
© Evropska unija, 2023	doi:10.2779/463334

<https://europa.eu/eurobarometer>

Kazalo vsebine

Uvod.....	1
Ključne ugotovitve.....	2
Okolju prijazen potrošnik.....	2
Ozaveščenost o znaku EU za okolje.....	2
Zaupanje v znak EU za okolje.....	3
Nakup proizvodov z znakom EU za okolje.....	3
Okoljske oznake in trditve.....	3
Oddelek 1. Okolju prijazen potrošnik.....	5
1.1. Pomen cene, kakovosti in blagovne znamke v primerjavi z vplivom na okolje.....	5
1.2. Nakup izdelkov z manjšim vplivom na okolje.....	10
Oddelek 2. Ozaveščenost o znaku EU za okolje.....	14
2.1. Ozaveščenost o logotipu znaka EU za okolje.....	14
2.2. Splošno poznavanje znaka EU za okolje.....	15
2.3. Zaupanje v znak EU za okolje.....	20
Oddelek 3. Nakup proizvodov z znakom EU za okolje.....	21
3.1. Pogostost nakupa izdelkov z okoljskimi znaki.....	21
3.2. Pogosto kupljeni proizvodi z znakom EU za okolje.....	27
3.3. Ponudba več proizvodov z znakom EU za okolje.....	33
3.4. Nakup proizvodov z znakom EU za okolje v supermarketih, biotrgovinah in na spletu.....	39
3.5. Razlogi proti nakupu proizvodov z znakom EU za okolje.....	42
Oddelek 4. Okoljske oznake in trditve.....	46
Tehnične specifikacije.....	49
Priloga s podatki.....	57

Uvod

Znak EU za okolje je svetovno priznan prostovoljni sistem, ki promovira blago in storitve, ki jasno dokazujejo okoljsko odličnost ter temeljijo na standardiziranih postopkih in znanstvenih dokazih. Uveden je bil leta 1992, da bi potrošnikom, trgovcem na drobno in podjetjem pomagal pri resnično trajnostnih odločitvah. Danes je to ena največjih in najbolj znanih shem v številnih državah EU. Ne glede na to, ali gre za papir, čistila, kozmetiko, oblačila, materiale, ki jih naredite sami, ali hotele, obstaja vse večji seznam zelenih skupin izdelkov, ki so zdaj odprte za certificiranje.¹

30 let po uvedbi znaka EU za okolje je Generalni direktorat Evropske komisije za okolje naročil raziskavo Flash Eurobarometer, da bi ocenil ozaveščenost državljanov EU o znaku EU za okolje in njihov odnos do okoljskega označevanja na splošno.



Družba Ipsos European Public Affairs je opravila razgovore z reprezentativnim vzorcem državljanov, starih 15 let in več, v vsaki od 27 držav članic Evropske unije. Med 5. septembrom 2023 in 13. septembrom 2023 je bilo prek računalniško podprtega spletnega anketiranja (CAWI) opravljenih 26 635 intervjujev z uporabo spletnih panelov Ipsos in njihove partnerske mreže.

Podatki raziskave, predstavljeni v tem poročilu, so ponderirani z znanimi deleži prebivalstva. Povprečja EU-27 se ponderirajo glede na število prebivalcev, starejših od 15 let, v vsaki državi članici EU. Odstotki se ne smejo seštevati do 100 %, saj so zaokroženi na najbližji odstotek. Zaradi zaokroževanja se lahko zgodi, da se odstotki za ločene možnosti odgovora, prikazane v grafikonih, ne ujemajo natančno s skupnimi vrednostmi, navedenimi v besedilu. Odstotki odgovorov presegajo 100 %, če je vprašanje anketirancem omogočilo, da izberejo več odgovorov. V tem poročilu so države navedene z uradno okrajšavo. Okrajšave, uporabljene v tem poročilu, ustrezajo:

BE	Belgija	FR	Francija	NL	Nizozemska
BG	Bolgarija	kadro vska	Hrvaška	AT	Avstrija
CZ	Češka	IT	Italija	PL	Poljska
DK	Danska	CY	Rep. Cipra	PT	Portugalska
DE	Nemčija	LV	Latvija	RO	Romunija
EE	Estonija	LT	Litva	SI	Slovenija
IE	Irska	LU	Luksemburg	SK	Slovaška
EL	Grčija	HU	Madžarska	FI	Finska
ES	Španija	MT	Malta	SE	Švedska

* Ciper kot celota je ena od 27 držav članic EU. Vendar je bil pravni red Skupnosti začasno ustavljen v delu države, ki ni pod nadzorom vlade Republike Ciper. Iz praktičnih razlogov se razgovori izvajajo le v delu države, ki je pod nadzorom vlade Republike Ciper.

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

Ključne ugotovitve

Okolju prijazen potrošnik

- Kakovost in cena izdelka sta najpomembnejša vidika pri odločitvah potrošnikov o nakupu, pri čemer je 97 % anketirancev odgovorilo, da je kakovost izdelka zanje „zelo“ ali „precej pomembna“, 94 % pa jih je odgovorilo enako glede cene izdelka. Za primerjavo, 73 % anketirancev meni, da je vpliv izdelka na okolje „zelo“ ali „precej pomemben“ pri odločanju o tem, katere izdelke bodo kupili. Blagovna znamka izdelka velja za manj pomembno, pri čemer jih 61 % meni, da je „zelo“ ali „precej pomembna“.
- Čeprav je večina anketirancev v vseh državah članicah odgovorila, da je okoljski vpliv izdelka pri njihovih odločitvah o nakupu „zelo“ ali „precej pomemben“, se velikost teh večine zelo razlikuje (s 53 % v Estoniji na 85 % na Portugalskem).
- Približno osem od desetih anketirancev se strinja, da nakup izdelkov z manjšim vplivom na okolje pomeni razliko za okolje (33 % se jih „močno strinja“, 48 % pa se jih „nekoliko strinja“). Manjši delež – vendar še vedno večina – se strinja, da so izdelke kupili posebej zaradi njihovega manjšega vpliva na okolje (18 % se jih „močno strinja“, 42 % pa se jih „nekoliko strinja“).

Ozaveščenost o znaku EU za okolje

- Anketirancem je bil prikazan logotip znaka EU za okolje in so jih vprašali, ali so ga že videli. Manjši odstotek anketirancev po vsej EU (38 %) poroča, da so logotip videli že prej, v primerjavi s tistimi, ki so navedli, da ga niso videli (48 %). Približno vsak sedmi anketiranec (14 %) je odgovoril, da ne ve, ali je logotip že videl.
- Francija (61 %) je edina država, v kateri je več kot polovica anketirancev odgovorila, da so videli logotip znaka EU za okolje. V drugih državah članicah se delež anketirancev, ki so odgovorili z „da“, giblje med 20 % (na Irskem) in 49 % (na Danskem, v Estoniji in Italiji).
- Anketirancem so bila nato predstavljena štiri dejstva – in ena lažna izjava – o znaku EU za okolje, vprašani pa so bili, ali so ta dejstva resnična ali napačna.
 - 69 % anketirancev, ki jim je bila predložena izjava „za pridobitev znaka EU za okolje morajo proizvodi izpolnjevati stroga okoljska merila“, je pravilno odgovorilo in odgovorilo, da je izjava resnična.
 - 60 % jih odgovarja, da je trditev, da se „znak EU za okolje podeli proizvodom z manjšim vplivom na okolje kot podobnim proizvodom na trgu“, resnična.
 - Več kot polovica anketirancev (56 %) potrjuje, da je znak EU za okolje znak Evropske unije za okoljsko odličnost.
 - 50 % jih je odgovorilo, da je izjava „znak EU za okolje neodvisno preverjen znak, za katerega se lahko podjetja odločijo, da ga bodo prikazala na svojih proizvodih, da bi dokazala, da je okolju prijazen“ resnična.



- 41 % jih je odgovorilo, da je izjava „znak EU za okolje se podeli ekološkim živilom in pijačam“ resnična, čeprav je ta izjava napačna, saj v sistemu za podeljevanje znaka EU za okolje trenutno ni skupine proizvodov za živila ali krmo.

Zaupanje v znak EU za okolje

- V EU se v povprečju tri četrtine vprašanih skupaj strinja, da verjamejo, da imajo proizvodi z znakom EU za okolje resnično manjši vpliv na okolje kot podobni proizvodi na trgu (28 % se jih "močno strinja" in 46 % se jih "nekoliko strinja").
- Na ravni posamezne države se raven strinjanja s to izjavo giblje med 66 % na Češkem in 88 % v Romuniji.

Nakup proizvodov z znakom EU za okolje

- Več kot šest od desetih anketirancev je odgovorilo, da izdelke z okoljskimi znaki kupujejo "pogosto" (16 %) ali "včasih" (47 %). Za primerjavo, približno štirje od desetih anketirancev so odgovorili, da "pogosto" (8 %) ali "včasih" (30 %) kupujejo proizvode z znakom EU za okolje.
- Delež anketirancev, ki "pogosto" kupujejo izdelke z oznako EU, je največji v Romuniji (20 %), sledi pa ji Italija (14 %). V Romuniji (41 %), Italiji (37 %), Franciji (37 %) in Belgiji (35 %) več kot tretjina vprašanih „včasih“ kupuje proizvode z znakom EU za okolje.
- Delež anketirancev, ki so kupili vsaj nekatere proizvode z znakom EU za okolje, ostaja enak ali manjši od četrtine za vse kategorije proizvodov, zajetih v raziskavi. Na primer približno četrtina anketirancev (23 %), ki so v zadnjih 12 mesecih kupili „detergente/čistilne proizvode“, je odgovorila, da so kupili vsaj nekatere proizvode z znakom EU za okolje. Delež anketirancev, ki so kupili vsaj nekatere proizvode z znakom EU za okolje, je najnižji – z 11 % – pri turističnih nastanitvenih storitvah (hotelih/kampih).
- Za vse kategorije proizvodov, zajete v raziskavi, je anketirancev, ki bi želeli najti več proizvodov z znakom EU za okolje, veliko več kot tistih, ki pravijo nasprotno. Delež, ki bi želel najti več proizvodov z znakom EU za okolje, se giblje med 46 % za talne obloge/ploščice in 71 % za tekstil, oblačila/obutev.
- Od anketirancev, ki kupujejo proizvode z znakom EU za okolje, jih 66 % odgovarja, da te proizvode najpogosteje kupujejo v supermarketih. Približno četrtina vprašanih (24 %) najpogosteje kupuje proizvode z znakom EU za okolje v biotrgovinah; enak delež (24 %) najpogosteje kupuje proizvode z znakom EU za okolje prek spleta.
- Anketiranci, ki niso nikoli kupili proizvodov z znakom EU za okolje, so bili vprašani o razlogih za svojo odločitev. Najpogosteje je bil izbran razlog, da na izdelkih, ki jih kupujem, ne iščem okoljskih oznak (40 %). "Nisem zaskrbljen zaradi okoljskih vprašanj" je izbralo 14 % anketirancev. Trije od desetih anketirancev (30 %) so odgovorili, da proizvodov z znakom EU za okolje ne najdejo tam, kjer kupujejo; nato jih je 23 % kot razlog navedlo, da so proizvodi z znakom EU za okolje predragi.

Okoljske oznake in trditve

- V EU se v povprečju skupno približno osem od desetih anketirancev strinja, da podjetja pogosto navajajo zavajajoče okoljske trditve, zaradi česar stranke menijo, da je njihov izdelek ali storitev okolju prijazen (sporazum se giblje med 68 % na Češkem in 90 % na Hrvaškem).

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

- Hkrati se skoraj devet od desetih anketirancev strinja, da mora okoljski znak, da bi bil verodostojen, preveriti neodvisna organizacija (sporazum se giblje med 81 % na Danskem in 93 % v Romuniji).

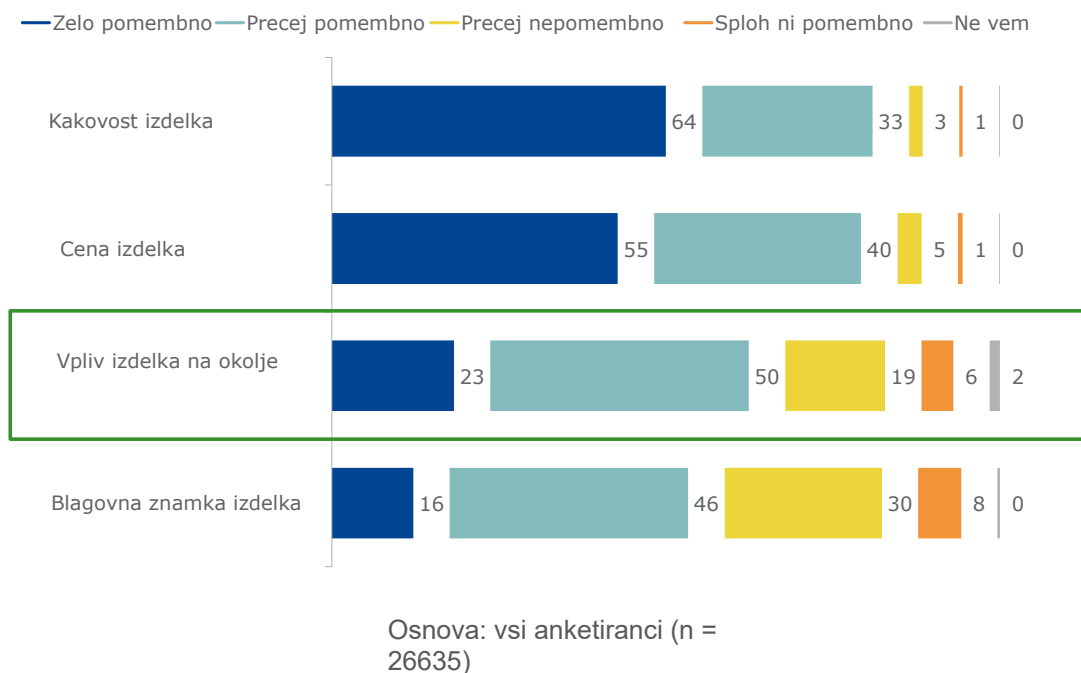
Oddelek 1. Okolju prijazen potrošnik

1.1. Pomen cene, kakovosti in blagovne znamke v primerjavi z vplivom na okolje

Anketiranci so bili najprej vprašani o pomenu, ki ga pripisujejo ceni, kakovosti, blagovni znamki in vplivu na okolje izdelka pri odločanju o tem, katere izdelke (blago ali storitve) kupiti.

Kakovost in cena izdelka sta najpomembnejša vidika pri odločitvah potrošnikov o nakupu, pri čemer je 97 % anketirancev odgovorilo, da je kakovost izdelka zanje „zelo“ ali „precej pomembna“, 94 % pa jih je odgovorilo enako glede cene izdelka. Za primerjavo, 73 % anketirancev meni, da je vpliv izdelka na okolje "zelo" ali "precej pomemben" pri odločanju o tem, katere izdelke kupiti. Blagovna znamka izdelka velja za manj pomembno, pri čemer jih 61 % meni, da je "zelo" ali "precej pomembna".²

DX1 Kako pomembni so naslednji vidiki pri odločanju o tem, katere izdelke (blago ali storitve) kupiti? (v % EU-27)



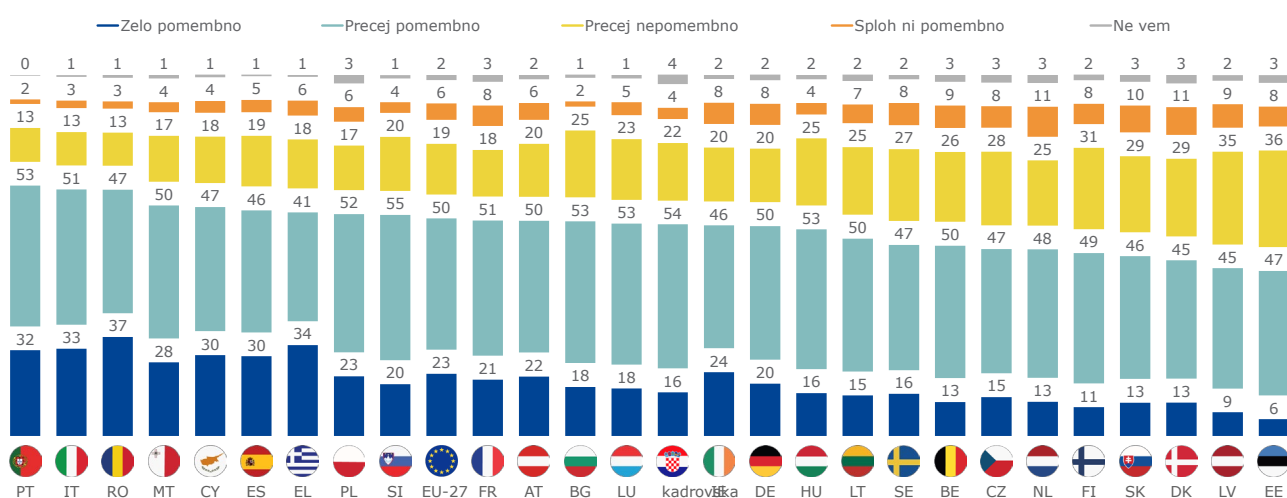
² Zaradi zaokroževanja se odstotki za ločene možnosti odgovora, prikazane v grafikoni, ne ujemajo vedno natančno s skupnimi vrednostmi, navedenimi v besedilu.

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

Čeprav je večina anketirancev v vseh državah članicah odgovorila, da je vpliv izdelka na okolje "zelo" ali "precej pomemben" pri njihovih odločitvah o nakupu, se velikost teh večine zelo razlikuje. Več kot osem od desetih anketirancev na Portugalskem (85 %), v Italiji (84 %) in Romuniji (84 %) meni, da je vpliv izdelka na okolje "zelo" ali "precej pomemben" vidik pri odločitvah o nakupu, vendar ne veliko več kot pet od desetih anketirancev v Estoniji (53 %) in Latviji (54 %). Poleg tega, čeprav je med 41 % in 55 % anketirancev v vseh državah članicah odgovorilo, da je vpliv izdelka na okolje „precej pomemben“ pri njihovih odločitvah o nakupu, je delež odgovorov na to vprašanje „zelo pomemben“ pri njihovih odločitvah o nakupu veliko manjši v vseh državah članicah (med 6 % v Estoniji in 37 % v Romuniji).

DX1_1 Kako pomembni so naslednji vidiki pri odločanju o tem, katere izdelke (blago ali storitve) kupiti?

Vpliv izdelka na okolje (% po državah)



Osnova: vsi anketiranci (n = 26635)

V skladu s povprečnimi rezultati EU sta v vseh državah članicah kakovost in cena proizvoda najpomembnejša vidika pri odločitvah potrošnikov o nakupu (glej preglednico na naslednji strani). Skupni delež anketirancev, ki so odgovorili, da je kakovost izdelka pomemben vidik pri odločanju o tem, katere izdelke kupiti, sega od 94 % na Švedskem do 99 % v Bolgariji in na Malti; za ceno proizvoda se ta delež giblje med 86 % v Luksemburgu in 98 % na Portugalskem.

Poleg tega v vseh državah članicah, kot je razvidno tudi iz povprečnih rezultatov EU, anketiranci, ki so odgovorili, da je vpliv izdelka na okolje pri njihovih odločitvah o nakupu "zelo" ali "precej pomemben", presegajo tiste, ki so odgovorili enako glede blagovne znamke izdelka. 40 % anketirancev v Estoniji in na Finskem ter 83 % v Romuniji meni, da je blagovna znamka izdelka pomemben vidik.

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

DX1 Kako pomembni so naslednji vidiki pri odločanju o tem, katere izdelke (blago ali storitve) kupiti? (% „Pomembno“ skupaj po državah)

	Kakovost izdelka	Cena izdelka	Vpliv izdelka na okolje	Blagovna znamka izdelka
EU-27	97	94	73	61
BE	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
FR	95	94	72	61
kadrovska	97	96	71	52
IT	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

Osnova: vsi anketiranci (n = 26 635)

Socialno-demografska vprašanja

Ženske (77 %) pogosteje kot moški (69 %) odgovorijo, da je vpliv izdelka na okolje "zelo" ali "precej pomemben" pri odločanju o tem, katere izdelke kupiti. Nasprotno pa moški (64 %) pogosteje kot ženske (59 %) menijo, da je blagovna znamka izdelka pomembna.

Starejši anketiranci pogosteje kot mlajši odgovorijo, da je vpliv izdelka na okolje „zelo“ ali „precej pomemben“ pri njihovih odločitvah o nakupu (z 69 % pri osebah, starih od 15 do 24 let, na 76 % pri osebah, starih 55 let in več); Po drugi strani pa anketiranci, stari od 25 do 54 let, pogosteje kot mlajši in starejši anketiranci menijo, da je blagovna znamka izdelka pomemben vidik (64 %–65 % v primerjavi z 58 %–59 %).

Anketiranci, ki so šolo zapustili pred 16. letom, imajo manj možnosti kot višje izobraženi anketiranci, da odgovorijo, da sta cena (88 % v primerjavi s 95 %–96 %) in kakovost izdelka (88 % v primerjavi z 98 %) pomembna vidika pri njihovih odločitvah o nakupu. Med izobraževalnimi skupinami ni opaziti bistvenih razlik glede vpliva na okolje ali blagovne znamke izdelka.

Ročni delavci v manjši meri kot anketiranci iz drugih poklicnih kategorij odgovarjajo, da sta vpliv izdelka na okolje (67 % v primerjavi z 72 %–74 %) in kakovost izdelka (91 % v primerjavi s 94 %–98 %) pomembna vidika pri odločanju o tem, katere izdelke bodo kupili. Anketiranci, ki ne delajo, bodo nekoliko bolj verjetno odgovorili, da je cena izdelka "zelo" ali "precej pomembna" (96 % v primerjavi z 90 %–94 %), vendar je manj verjetno, da bodo enako odgovorili glede blagovne znamke izdelka (59 % v primerjavi s 64 %–65 %).

Delež anketirancev, ki menijo, da je blagovna znamka izdelka pomemben vidik, je večji med anketiranci, ki živijo v velikih mestih (64 %) ter malih in srednjih mestih (63 %), kot med anketiranci, ki živijo na podeželju (56 %).

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

DX1 Kako pomembni so naslednji vidiki pri odločanju o tem, katere izdelke (blago ali storitve) kupiti? (% skupaj „Pomembno“ po socialno-demografskih podatkih)

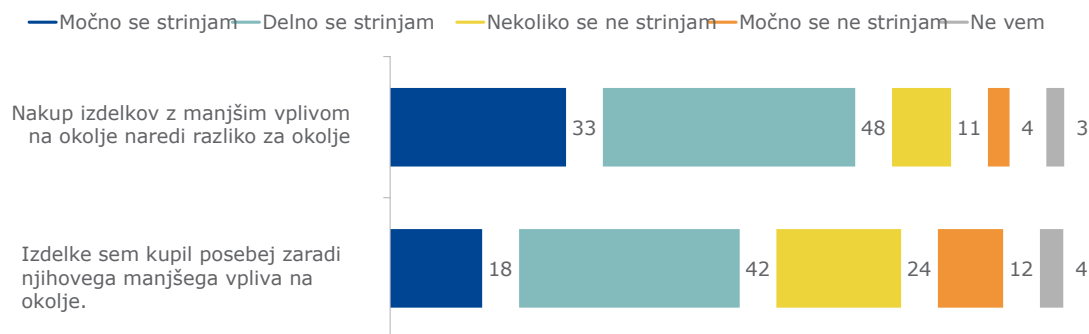
	Kakovost izdelka	Cena izdelka	Vpliv izdelka na okolje	Blagovna znamka izdelka
EU-27	97	94	73	61
Spol				
Moški	96	94	69	64
Ženske	97	95	77	59
Starost				
15-24	91	89	69	58
25-39	95	93	71	64
40-54	98	96	72	65
>=55	99	96	76	59
Izobraževanje (starost, ko je končano)				
Do 15 let	88	88	75	63
16–19 let	98	96	72	61
20+ let	98	95	74	62
Še vedno študiram	94	92	68	59
poklic				
Samozaposleni	94	91	73	64
Zaposleni	97	94	72	64
Ročni delavec	91	90	67	65
Nedelujoče	98	96	74	59
Urbanizacija				
Podeželsko območje	96	93	71	56
Majhno/srednje veliko mesto	96	95	73	63
Veliko mesto/mesto	98	95	74	64

Osnova: vsi anketiranci (n = 26 635)

1.2. Nakup izdelkov z manjšim vplivom na okolje

Skupno se približno osem od desetih anketirancev strinja, da nakup izdelkov z manjšim vplivom na okolje vpliva na okolje (33 % se jih „močno strinja“, 48 % pa se jih „nekoliko strinja“). Manjši delež – vendar še vedno večina – se strinja, da so izdelke kupili posebej zaradi njihovega manjšega vpliva na okolje (18 % se jih „močno strinja“, 42 % pa se jih „nekoliko strinja“).

DX2 Kako pomembni so naslednji vidiki pri odločanju o tem, katere izdelke (blago ali storitve) kupiti? (v % EU-27)



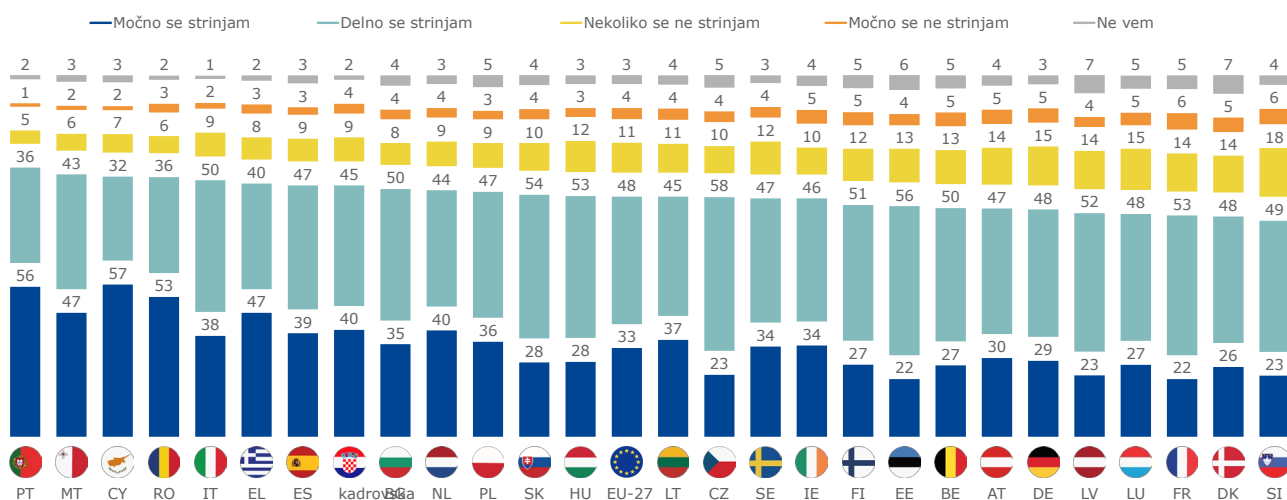
Osnova: vsi anketiranci (n = 26 635)

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

V vseh državah članicah se skupno več kot sedem od desetih anketirancev strinja, da nakup izdelkov z manjšim vplivom na okolje vpliva na okolje. Največji deleži dogovora so na Malti (90 %) in Portugalskem (92 %), najmanjši pa v Sloveniji (72 %), Franciji in na Danskem (obe 74 %).

DX2_1 Kako pomembni so naslednji vidiki pri odločanju o tem, katere izdelke (blago ali storitve) kupiti? (v % po državah)

Nakup izdelkov z manjšim vplivom na okolje vpliva na okolje

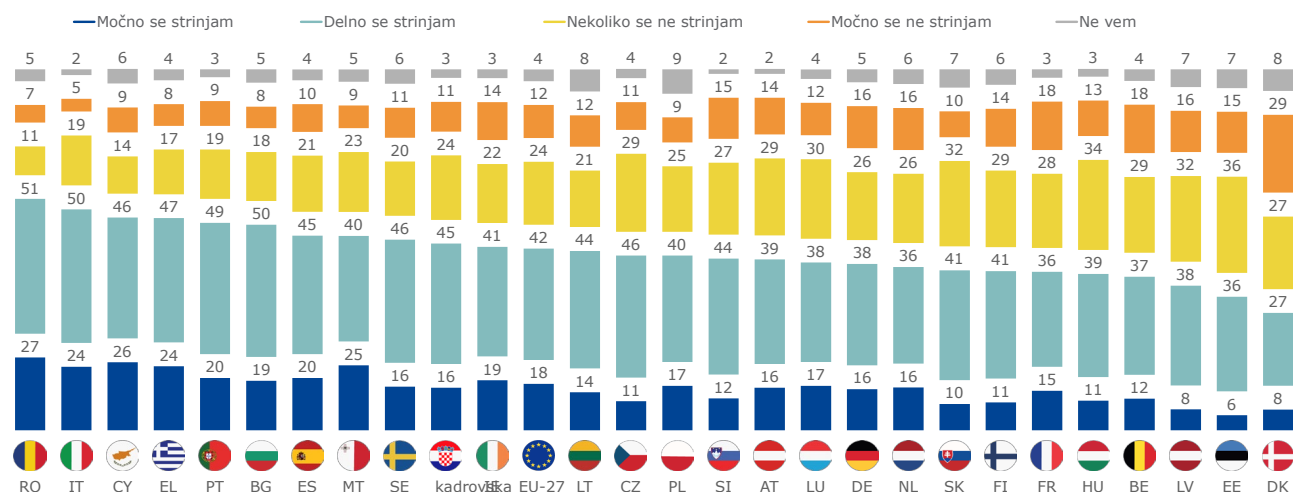


Osnova: vsi anketiranci (n = 26 635)

V 23 državah članicah se vsaj polovica vprašanih "močno" ali "nekoliko strinja", da so kupili izdelke posebej zaradi njihovega manjšega vpliva na okolje. V Romuniji (78 %) in Italiji (74 %) se približno tri četrtine ali več anketirancev strinja s to trditvijo; v nasprotju s tem se manj kot polovica anketirancev strinja na Danskem (35 %), v Estoniji (41 %), Latviji (46 %) in Belgiji (49 %).

DX2_2 Kako pomembni so naslednji vidiki pri odločanju o tem, katere izdelke (blago ali storitve) kupiti? (v % po državah)

Izdelke sem kupil posebej zaradi njihovega manjšega vpliva na okolje.



Socialno-demografska vprašanja

Ženske se nekoliko pogosteje kot moški strinjajo, da nakup izdelkov z manjšim vplivom na okolje vpliva na okolje (84 % v primerjavi z 79 %) in da so izdelke kupile posebej zaradi manjšega vpliva na okolje (61 % v primerjavi z 58 %).

Delež, ki se strinja, da nakup izdelkov z manjšim vplivom na okolje vpliva na okolje, je nekoliko večji pri anketiranih, starejših od 40 let (82 % v primerjavi z 79 %–80 %), medtem ko se anketiranci, stari od 25 do 54 let, nekoliko pogosteje strinjajo, da so izdelke kupili posebej zaradi manjšega vpliva na okolje (61 % v primerjavi s 57 %–59 %).

Anketiranci, ki so zaključili izobraževanje, staro 20 let ali več, se nekoliko bolj verjetno strinjajo, da nakup izdelkov z manjšim vplivom na okolje vpliva na okolje (83 % v primerjavi z 80 % do 81 %). Strinjanje z izjavo „Izdelke sem kupil posebej zaradi njihovega manjšega vpliva na okolje“ je nekoliko manjše pri anketiranih, ki so zaključili izobraževanje v starosti od 16 do 19 let (57 % v primerjavi z 62 %).

Za fizične delavce je najmanj verjetno, da se strinjajo, da nakup izdelkov z manjšim vplivom na okolje vpliva na okolje (75 % v primerjavi z 81 %–83 % v drugih poklicnih skupinah) in da so izdelke kupili posebej zaradi manjšega vpliva na okolje (55 % v primerjavi z 58 %–62 %).

Nazadnje, anketiranci, ki živijo na podeželju, se manj verjetno kot anketiranci, ki živijo na bolj mestnih območjih, strinjajo, da je nakup izdelkov z manjšim vplivom na okolje pomemben za okolje (79 % v primerjavi s 83 %–82 %) in da so izdelke kupili posebej zaradi manjšega vpliva na okolje (56 % v primerjavi s 60 %–62 %).

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

DX2 V kolikšni meri se strinjate ali ne strinjate z naslednjimi trditvami? (% skupnega „Strinjam se“ s socialno-demografskimi podatki)

	Nakup izdelkov z manjšim vplivom na okolje vpliva na okolje	Izdelke sem kupil posebej zaradi njihovega manjšega vpliva na okolje.
EU-27	81	59
Spol		
Moški	79	58
Ženske	84	61
Starost		
15-24	79	57
25-39	80	61
40-54	82	61
>=55	82	59
Izobraževanje (starost, ko je končano)		
Do 15 let	80	62
16–19 let	81	57
20+ let	83	62
Še vedno študiram	81	59
poklic		
Samozaposleni	82	62
Zaposleni	81	61
Ročni delavec	75	55
Nedelujoče	83	58
Urbanizacija		
Podeželsko območje	79	56
Majhno/srednje veliko mesto	82	60
Veliko mesto/mesto	83	62
Osnova: vsi anketiranci (n = 26 635)		

Oddelek 2. Ozaveščenost o znaku EU za okolje

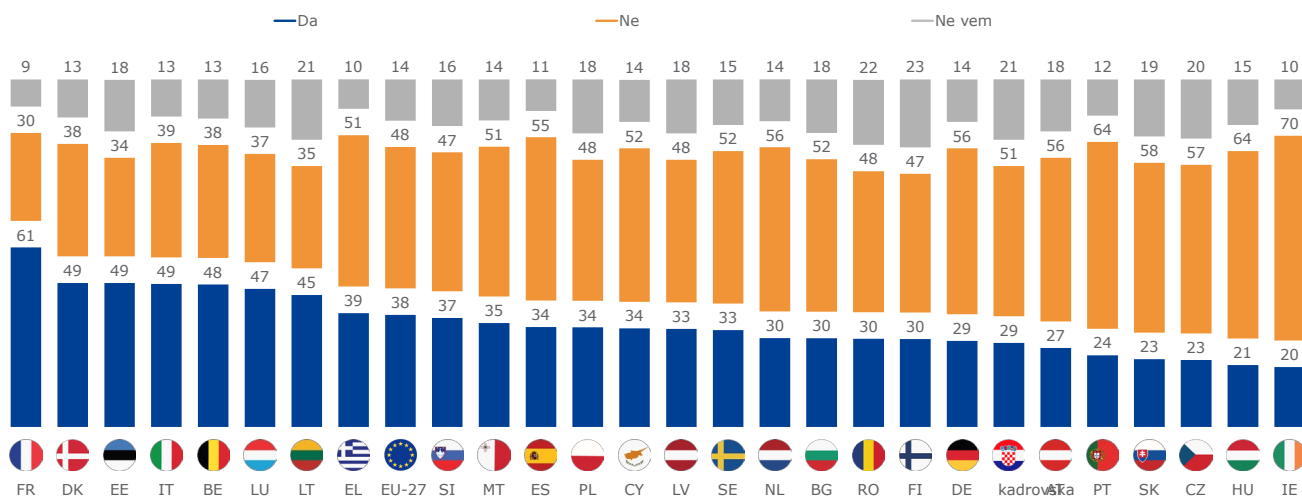
2.1. Ozaveščenost o logotipu znaka EU za okolje



Anketiranci so videli logotip znaka EU za okolje in vprašali, ali so ga že videli. Rezultati kažejo, da večji odstotek anketirancev po vsej EU (48 %) poroča, da logotipa prej niso videli, v primerjavi s tistimi, ki so ga videli (38 %). Poleg tega je približno vsak sedmi anketiranec (14 %) odgovoril, da ne ve, ali je logotip že videl.

Francija (61 %) je edina država, v kateri je več kot polovica anketirancev odgovorila, da so videli logotip znaka EU za okolje. V drugih državah članicah se delež anketirancev, ki so odgovorili z „da“, giblje od približno petine anketirancev na Irskem (20 %) in Madžarskem (21 %) do skoraj polovice anketirancev v Belgiji (48 %), na Danskem, v Estoniji in Italiji (vse 49 %).

V1 Pozorno si oglejte spodnji logotip. Ste že kdaj videli ta logotip?
(v % po državah)



Osnova: vsi anketiranci (n = 26 635)

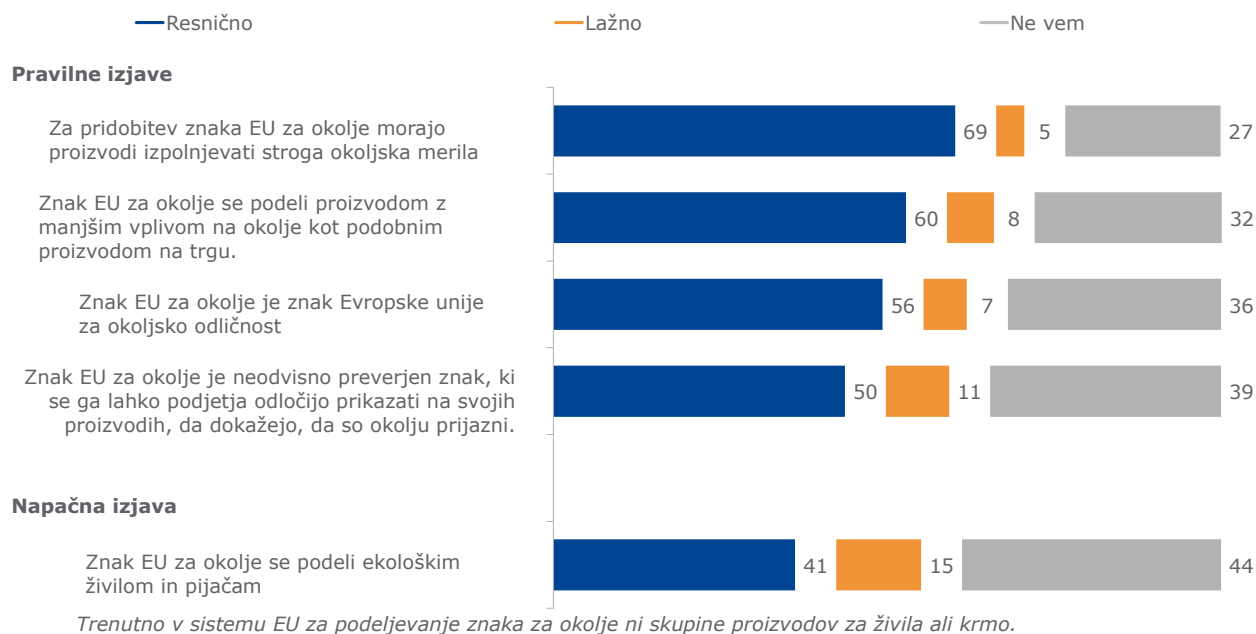
Delež anketirancev, ki so videli logotip znaka EU za okolje, je najnižji med tistimi, starimi 55 let in več (33 % v primerjavi z 39 % med 40-54-letniki in 43-44 % med 15-39-letniki), in med nezaposlenimi anketiranci (33 % v primerjavi z npr. 48 % samozaposlenih anketirancev). Med anketiranci, ki so odgovorili, da je vpliv proizvoda na okolje pomemben pri njihovih odločitvah o nakupu, jih 43 % poroča, da so videli logotip znaka EU za okolje; ta delež je 26 % za tiste, ki jih ne skrbi vpliv izdelkov, ki jih kupujejo, na okolje.

2.2. Splošno poznavanje znaka EU za okolje

Anketirancem so bila nato predstavljena štiri dejstva – in ena lažna izjava – o znaku EU za okolje, vprašani pa so bili, ali so ta dejstva resnična ali napačna. Da bi proizvodi dobili znak EU za okolje, morajo izpolnjevati stroga okoljska merila, je 69 % vprašanih podalo pravilen odgovor in odgovorilo, da je izjava resnična, v primerjavi s 5 % tistih, ki menijo, da je ta izjava napačna, in 27 % tistih, ki priznavajo, da ne vedo, ali je izjava resnična ali napačna. Šest od desetih anketirancev (60 %) je odgovorilo, da je trditev, da se „znak EU za okolje podeli proizvodom z manjšim vplivom na okolje kot podobnim proizvodom na trgu“, resnična. Za primerjavo, 8 % jih je odgovorilo, da je ta izjava napačna, 32 % pa jih je odgovorilo, da „ne vedo“. Več kot polovica vprašanih (56 %) je potrdila, da je znak EU za okolje znak Evropske unije za okoljsko odličnost, medtem ko jih je 7 % odgovorilo, da je ta izjava napačna, 36 % pa jih je odgovorilo, da „ne vedo“. Eden od dveh anketirancev je odgovoril, da je trditev, da je „znak EU za okolje neodvisno preverjen znak, za katerega se lahko podjetja odločijo, da ga bodo prikazala na svojih proizvodih, da bi dokazala, da je okolju prijazen“, resnična; 11 % jih je odgovorilo, da je izjava napačna, 39 % pa jih je odgovorilo, da ne vedo.

Približno štirje od desetih anketirancev (41 %) so odgovorili, da je izjava „znak EU za okolje se podeli ekološkimi živilom in pijačam“ resnična, čeprav je ta izjava napačna, saj trenutno v sistemu EU za podeljevanje znaka za okolje ni skupine proizvodov za živila ali krmo. Približno eden od sedmih anketirancev (15 %) je dal pravilen odgovor in odgovoril, da je izjava napačna. Več kot štirje od desetih anketirancev (44 %) ne vedo, ali je izjava resnična ali napačna.

Q2 Prikazani logotip je logotip znaka EU za okolje. Katera od naslednjih trditev o znaku EU za okolje je po vašem mnenju resnična ali napačna? (v % EU-27)



Osnova: vsi anketiranci (n = 635)

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

V vseh državah članicah večina anketirancev meni, da so navedbe „za pridobitev znaka EU za okolje morajo proizvodi izpolnjevati stroga okoljska merila“ resnične (s 53 % na Nizozemskem na 85 % v Romuniji). V večini držav je nekoliko manjši delež odgovoril, da je trditev, da se „znak EU za okolje podeli proizvodom z manjšim vplivom na okolje kot podobnim proizvodom na trgu“, resnična (med 47 % v Nemčiji in 72 % na Hrvaškem). Delež anketirancev, ki so odgovorili, da je izjava „znak EU za okolje znak Evropske unije za okoljsko odličnost“ resnična, je največji na Hrvaškem (71 %), Danskem (69 %) in v Bolgariji (68 %), najmanjši pa na Nizozemskem (37 %) in Češkem (39 %). Podobno med 38 % anketirancev na Madžarskem in 63 % v Romuniji meni, da je trditev, da je „znak EU za okolje neodvisno preverjen znak, za katerega se lahko podjetja odločijo, da ga bodo prikazala na svojih proizvodih, da bi dokazala, da je okolju prijazen“, resnična.

V vseh državah ne več kot petina vprašanih ve, da je izjava, da se „znak EU za okolje podeli ekološkim živilom in pijačam“, napačna – od 6 % v Litvi, 7 % na Poljskem ter 8 % v Bolgariji in Romuniji do 18 % v Nemčiji in na Malti, 19 % na Danskem in v Franciji ter 20 % v Italiji.

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

Q2 Prikazani logotip je logotip znaka EU za okolje. Katera od naslednjih trditev o znaku EU za okolje je po vašem mnenju resnična ali napačna? (% pravih odgovorov po državah)

	Resnično			Lažno	
	Za pridobitev znaka EU za okolje morajo proizvedeni izdelki izpolnjevati stroga okoljska merila	Znak EU za okolje se podeli proizvodom z manjšim vplivom na okolje kot podobnim proizvodom na trgu.	Znak EU za okolje je znak Evropske unije za okoljsko odličnost	Znak EU za okolje je neodvisno preverjen znak, ki se ga lahko podjetja odločijo prikazati na svojih proizvodih, da dokažejo, da so okolju prijazni.	Znak EU za okolje se podeli ekološkim živilom in pijačam
EU-27	69	60	56	50	15
BE	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
FR	73	71	54	53	19
kadrovska	79	72	71	53	10
IT	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

Osnova: vsi anketiranci (n = 26 635)

Socialno-demografska vprašanja

Razlike v deležih anketirancev, ki pravilno opredeljujejo štiri dejstva o znaku EU za okolje, so večinoma majhne. Delež anketirancev, ki odgovarjajo, da je navedba „znak EU za okolje podeljen ekološkimi živilom in pijačam“, napačna, je večji pri mlajših anketirancih (z 12 % pri osebah, starih 55 let in več, na 20 % pri osebah, starih 15–24 let), nižje izobraženih anketirancih (20 % v primerjavi s 14 % tistih, ki so zaključili šolanje, starih 20 let ali več) in anketirancih, ki so videli znak EU za okolje (20 % v primerjavi z 12 % tistih, ki niso videli logotipa).

Q2 Prikazani logotip je logotip znaka EU za okolje. Katera od naslednjih trditev o znaku EU za okolje je po vašem mnenju resnična ali napačna? (% pravih socialno-demografskih odgovorov)

	Resnično			Lažno	
	Za pridobitev znaka EU za okolje morajo proizvedeni izpolnjevati stroga okoljska merila	Znak EU za okolje se podeli proizvodom z manjšim vplivom na okolje kot podobnim proizvodom na trgu.	Znak EU za okolje je znak Evropske unije za okoljsko odličnost	Znak EU za okolje je neodvisno preverjen znak, ki se ga lahko podjetja odločijo prikazati na svojih proizvodih, da dokažejo, da so okolju prijazni.	Znak EU za okolje se podeli ekološkim živilom in pijačam
EU-27	69	60	56	50	15
Spol					
Moški	68	60	57	51	15
Ženske	70	60	56	49	14
Starost					
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
Izobraževanje (starost, ko je končano)					
Do 15 let	66	56	56	52	20
16–19 let	69	59	56	47	20
20+ let	71	63	58	52	14
Še vedno študiram	68	59	55	52	18
poklic					
Samozaposleni	69	62	58	54	16
Zaposleni	69	62	58	52	16
Ročni delavec	68	58	58	49	16
Nedelujoče	69	59	55	48	13
Urbanizacija					
Podeželsko območje	67	57	55	49	15
Majhno/srednje veliko mesto	69	61	56	50	15
Veliko mesto/mesto	70	62	58	51	14
Pomen vpliva izdelka na okolje pri odločitvah o nakupu					
„Pomembno“ skupaj	74	65	61	54	14
„Ni pomembno“ skupaj	56	49	44	39	17

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

Pred uporabo znaka EU za okolje

Da	83	77	72	65	20
Ne	58	48	45	40	12

Osnova: vsi anketiranci (n = 26 635)

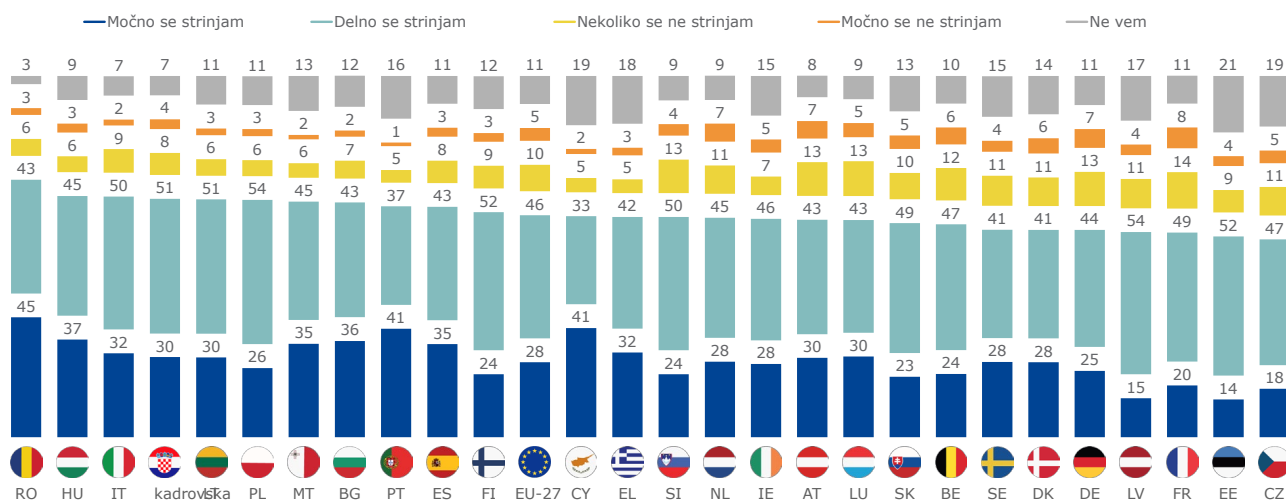
2.3. Zaupanje v znak EU za okolje

V povprečju se po vsej EU tri četrtine vprašanih strinja, da verjamejo, da imajo proizvodi z znakom EU za okolje resnično manjši vpliv na okolje kot podobni proizvodi na trgu (28 % se jih „močno strinja“ in 46 % se jih „nekoliko strinja“).³

V Romuniji se 88 % vprašanih "močno" ali "nekoliko strinja", da verjamejo, da imajo proizvodi z znakom EU za okolje resnično manjši vpliv na okolje kot podobni proizvodi na trgu. Raven dogovora se zmanjša na približno dve tretjini anketirancev na Češkem (66 %) in v Estoniji (67 %), Franciji (68 %) in Latviji (68 %).⁴ Delež „močno dogovorjenih“ se giblje med 14 % v Estoniji in 45 % v Romuniji.

V7_1 V kolikšni meri se strinjate ali ne strinjate z naslednjimi trditvami? (v % po državah)

Verjamem, da imajo proizvodi z znakom EU za okolje resnično manjši vpliv na okolje kot podobni proizvodi na trgu.



Osnova: vsi anketiranci (n = 26 635)

Med socialno-demografskimi skupinami, ki zaupajo znaku EU za okolje, je malo razlik. Ženske (77 %) se nekoliko pogosteje kot moški (73 %) strinjajo z izjavo, da „verjamem, da imajo proizvodi z znakom EU za okolje resnično manjši vpliv na okolje kot podobni proizvodi na trgu“.

3 Potem ko so bili anketiranci vprašani, ali so znak EU za okolje videli že prej (prvo četrtletje) in katere izjave o znaku EU za okolje so resnične ali napačne (drugo četrtletje), je bilo podano kratko pojasnilo o znaku EU za okolje. Po prejemu teh informacij so bili anketiranci vprašani o različnih nadaljnjih vprašanjih, na primer, ali verjamejo, da imajo proizvodi z znakom EU za okolje resnično manjši vpliv na okolje.

4 Zaradi zaokroževanja se odstotki za ločene možnosti odgovora, prikazane v grafikonih, ne ujemajo vedno natančno s skupnimi vrednostmi, navedenimi v besedilu.

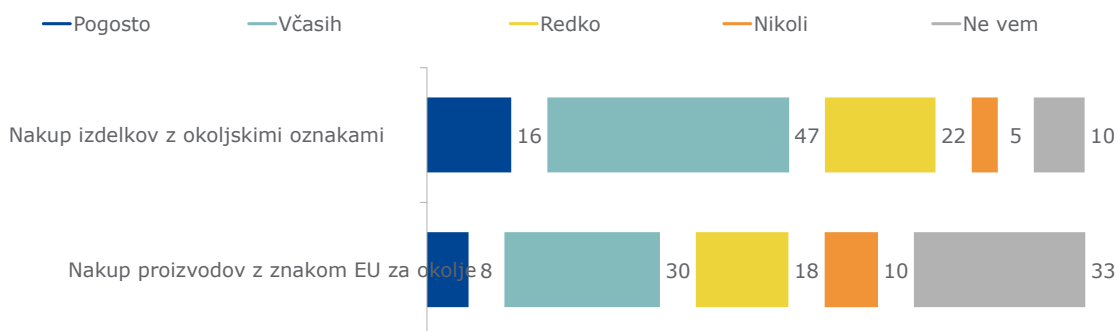
Oddelek 3. Nakup proizvodov z znakom EU za okolje

3.1. Pogostost nakupa izdelkov z okoljskimi znaki

Več kot šest od desetih anketirancev je odgovorilo, da izdelke z okoljskimi znaki kupujejo "pogosto" (16 %) ali "včasih" (47 %). Nasprotno pa približno vsak peti anketiranec (22 %) redko kupuje izdelke z okoljskimi znaki, 5 % pa jih nikoli ne kupuje izdelkov z okoljskimi znaki. Vsak deseti anketiranec (10 %) ni prepričan, ali imajo nekateri izdelki, ki jih kupuje, okoljski znak.

Anketiranci so bili vprašani tudi, kako pogosto kupujejo proizvode z znakom EU za okolje. Na to vprašanje približno štirje od desetih anketirancev odgovarjajo, da "pogosto" (8 %) ali "včasih" (30 %) kupujejo proizvode z znakom EU za okolje. Približno vsak šesti anketiranec (18 %) je odgovoril, da redko kupuje proizvode z znakom EU za okolje, 10 % pa, da nikoli ne kupuje proizvodov z znakom EU za okolje. V skladu z razmeroma visokim deležem anketirancev, ki še nikoli niso videli logotipa znaka EU za okolje, 33 % anketirancev „ne ve“, ali kupujejo proizvode z znakom EU za okolje ali ne.

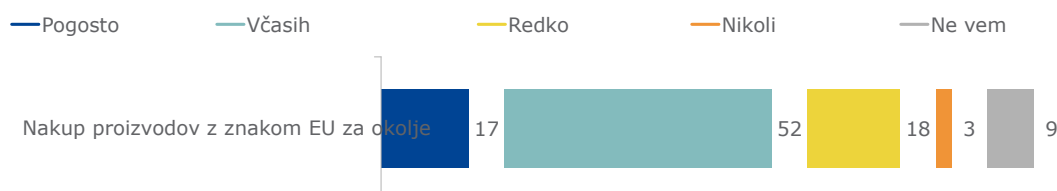
V3 Kako pogosto...? (v % EU-27)



Osnova: vsi anketiranci (n = 26 635)

Med anketiranci, ki so poročali, da so znak EU za okolje videli že prej, jih je približno sedem od desetih odgovorilo, da kupujejo proizvode z znakom „pogosto“ (17 %) ali „včasih“ (52 %). Približno vsak šesti anketiranec (18 %) je odgovoril, da redko kupuje proizvode z znakom EU za okolje, 3 % pa, da nikoli ne kupuje proizvodov z znakom EU za okolje. Približno eden od desetih (9%) "ne vem".

četrto Kako pogosto...? (v % EU-27)



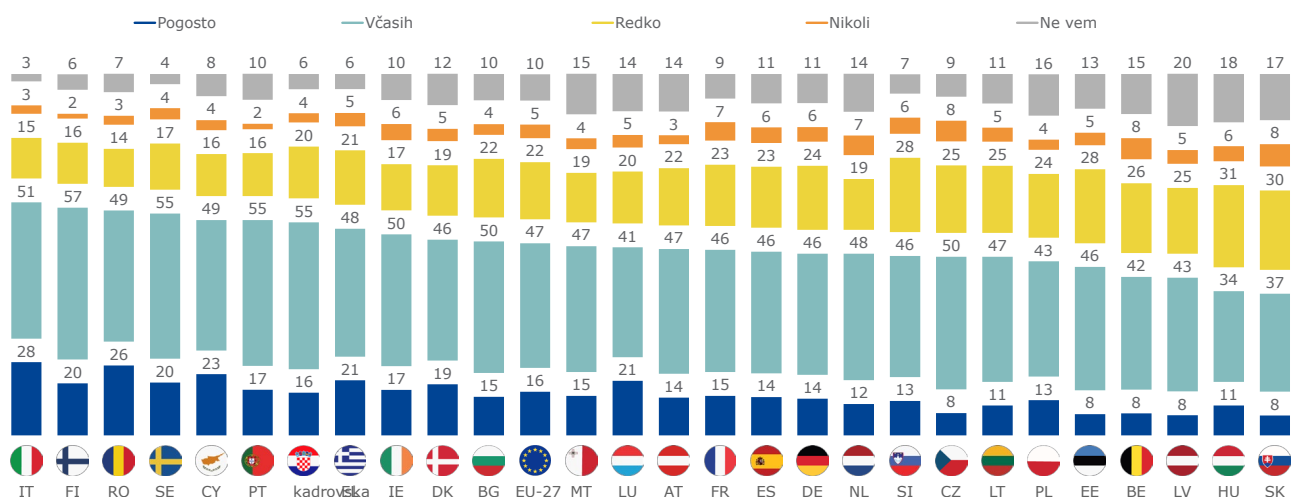
Baza: anketiranci, ki poročajo, da so videli znak EU za okolje (n = 9 482)

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

V Italiji (28 %), Romuniji (26 %) in na Cipru (23 %) je približno četrtina ali več anketirancev odgovorilo, da „pogosto“ kupujejo izdelke z okoljskimi znaki, v nasprotju z 8 % anketirancev, ki so odgovorili enako v Belgiji, na Češkem, v Estoniji, Latviji in na Slovaškem. Delež anketirancev, ki so odgovorili, da "včasih" kupujejo izdelke z okoljskimi znaki, je večji od 50 % na Finskem (57 %), Hrvaškem, Portugalskem in Švedskem (vsi 55 %) ter v Italiji (51 %). Za primerjavo, približno tretjina (34 %) jih je odgovorila enako na Madžarskem.

V3_1 Kako pogosto...? (v % po državah)

Nakup izdelkov z okoljskimi oznakami



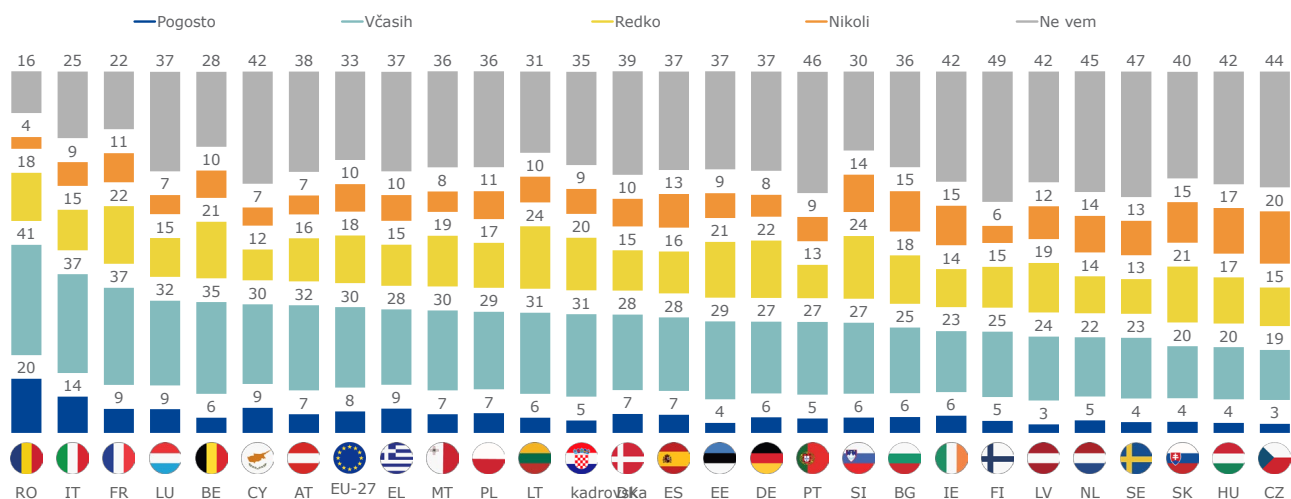
Osnova: vsi anketiranci (n = 26 635)

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

Delež anketirancev, ki "pogosto" kupujejo proizvode z znakom EU, je največji v Romuniji (20 %), sledi jim Italija (14 %), najmanjši pa na Češkem in v Latviji (oba 3 %). V Romuniji (41 %), Italiji (37 %), Franciji (37 %) in Belgiji (35 %) več kot tretjina anketirancev "včasih" kupuje proizvode z znakom EU za okolje, v nasprotju s približno enim od petih anketirancev, ki so enako odgovorili na Češkem (19 %), Madžarskem (20 %) in Slovaškem (20 %).⁵ V vseh državah članicah je precejšen delež anketirancev odgovoril, da ne vedo, kako pogosto kupujejo proizvode z znakom EU za okolje (s 16 % v Romuniji na 49 % na Finskem).

V3_2 Kako pogosto...? (v % po državah)

Nakup proizvodov z znakom EU za okolje



Osnova: vsi anketiranci (n = 26 635)

⁵ V Romuniji je delež logotipa znaka EU za okolje manjši od deleža „pogosto“ ali „včasih“ kupljenih proizvodov z znakom EU za okolje. Poleg tega v drugih državah majhno število anketirancev, ki še nikoli niso videli znaka EU za okolje, poroča, da „včasih“ kupujejo proizvode z znakom EU za okolje. Morda so anketiranci domnevali, da so nekateri od njih, glede na to, da kupujejo proizvode z okoljskimi znaki, morda imeli znak EU za okolje. Drug razlog je lahko zmeda med različnimi okoljskimi znaki.

Socialno-demografska vprašanja

Ženske (66 %) pogosteje kot moški (61 %) poročajo, da „pogosto“ ali „včasih“ kupujejo izdelke z okoljskimi oznakami; vendar pri pogostosti kupovanja proizvodov z znakom EU za okolje ni opaziti razlik.

Podobno je verjetneje, da bodo višje izobraženi anketiranci poročali, da „pogosto“ ali „včasih“ kupujejo izdelke z okoljskimi znaki (od 59 % za tiste, ki so zaključili izobraževanje, staro 15 let ali manj, do 66 % za tiste, ki so zaključili izobraževanje, staro 20 let ali več); ta vzorec pa ni viden pri nakupu proizvodov z znakom EU za okolje.

Čeprav se delež anketirancev, ki „pogosto“ ali „včasih“ kupujejo proizvode z okoljskimi znaki, s starostjo nekoliko povečuje (s 60 % pri osebah, starih od 15 do 24 let, na 65 % pri osebah, starih 55 let in več), je delež tistih, ki kupujejo proizvode z znakom EU za okolje „pogosto“ ali „včasih“, najnižji pri osebah, starih 55 let in več (33 % v primerjavi s 40–42 % pri osebah, starih od 15 do 54 let).

V3 Kako pogosto kupujete izdelke z okoljskimi oznakami? (% "Pogosto" + "Včasih" po socialno-demografskih podatkih)

	Izdelki z okoljskimi oznakami	Proizvodi z znakom EU za okolje
EU-27	63	38
Spol		
Moški	61	39
Ženske	66	38
Starost		
15-24	60	40
25-39	62	42
40-54	64	40
>=55	65	35
Izobraževanje (starost, ko je končano)		
Do 15 let	59	40
16–19 let	62	36
20+ let	66	40
Še vedno študiram	63	38
poklic		
Samozaposleni	68	47
Zaposleni	65	42
Ročni delavec	58	38
Nedelujoče	62	34
Urbanizacija		
Podeželsko območje	61	37
Majhno/srednje veliko mesto	64	39
Veliko mesto/mesto	65	39
Pomen vpliva izdelka na okolje pri odločitvah o nakupu		
„Pomembno“ skupaj	76	47

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

Skupaj „Ni pomembno“	31	15
Osnova: vsi anketiranci (n = 26 635)		

Za fizične delavce je manj verjetno, da bodo „pogosto“ ali „včasih“ kupovali izdelke z okoljskimi znaki, kot za delavce iz drugih poklicnih skupin (58 % v primerjavi z 62 %–68 %); skupaj s tistimi, ki ne delajo, je tudi manj verjetno, da bodo kupovali proizvode z znakom EU za okolje (38 % za fizične delavce in 34 % tistih, ki ne delajo, v primerjavi z 42 % zaposlenih in 47 % samozaposlenih anketirancev).

Anketiranci, ki poročajo, da je vpliv proizvoda na okolje pomemben pri njihovih odločitvah o nakupu, imajo dva- do trikrat večjo verjetnost, da bodo kupili proizvode z okoljskimi znaki (76 % v primerjavi z 31 % tistih, ki menijo, da vpliv na okolje ni pomemben) in proizvode z znakom EU za okolje (47 % v primerjavi z 18 %).

3.2. Pogosto kupljeni proizvodi z znakom EU za okolje

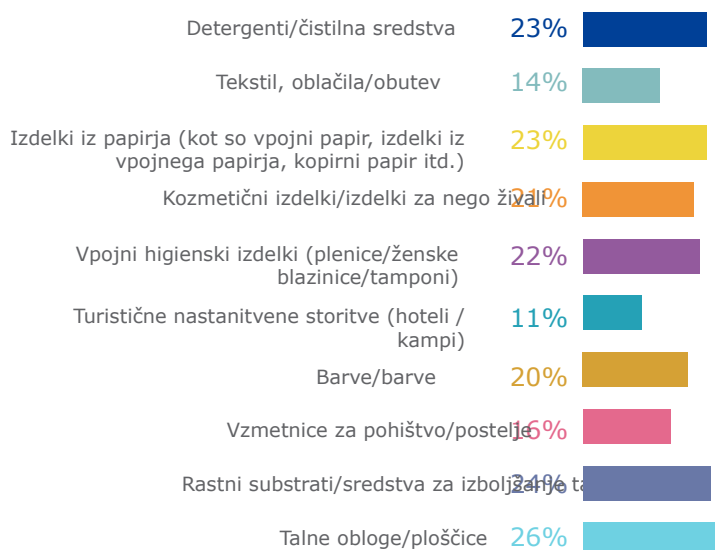
Da bi ugotovili, katere kategorije proizvodov z znakom EU za okolje se najpogosteje kupujejo, so anketiranci najprej prejeli seznam proizvodov in jih vprašali, katere od teh proizvodov so kupili v zadnjih 12 mesecih. Za proizvode, ki so jih kupili v zadnjih 12 mesecih, so bili vprašani, ali ima kateri od njih znak EU za okolje. Ponovno je treba opozoriti, da je v skladu z rezultati, obravnavanimi v prejšnjem oddelku, približno vsak drugi anketiranec v EU (48 %) odgovoril, da ne ve, ali je kateri koli od proizvodov, ki so jih kupili, imel znak EU za okolje.

Na sliki na naslednji strani je za vsako kategorijo izdelkov poudarek na anketirancih, ki so v zadnjih 12 mesecih kupili izdelek v tej specifični kategoriji izdelkov. Kot taka slika za vsako kategorijo proizvodov prikazuje, kolikšen delež poročila o "kupcih", ki so kupili vsaj nekatere proizvode z znakom EU za okolje.

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

Na splošno je mogoče opaziti, da je delež anketirancev, ki so kupili vsaj nekatere proizvode z znakom EU za okolje, pri vseh kategorijah proizvodov še vedno enak četrtini ali manjši od nje. Na primer, približno četrtina anketirancev (23 %), ki so v zadnjih 12 mesecih kupili „detergente/čistilne proizvode“, je odgovorila, da so vsaj nekaj kupili z znakom EU za okolje. Delež anketirancev, ki so kupili vsaj nekatere proizvode z znakom EU za okolje, je najnižji – z 11 % – pri turističnih nastanitvenih storitvah (hotelih/kampih). Zdi se, da je najvišja za rastne medije/sredstva za izboljšanje tal in talne obloge/ploščice, vendar je pri razlagi teh števil potrebna določena previdnost, saj je v zadnjih 12 mesecih izdelke iz teh kategorij kupila le manjšina anketirancev.

V4b Ali ste kupili katerega od naslednjih proizvodov, kupljenih v zadnjih 12 mesecih, z znakom EU za okolje? Izberite vse, ki veljajo. (v % EU-27)



Osnova: od n=2 758 (talna obloga/ploščice) do n=21 141 (detergenti/čistilni izdelki) – Osnova se razlikuje glede na izdelek, pri čemer se osredotoča na anketirance, ki so navedli, da so v zadnjih 12 mesecih kupili kategorijo izdelkov

V preglednici na naslednji strani so predstavljeni rezultati po državah, pri čemer je za vsako kategorijo izdelkov poudarek še vedno na anketirancih, ki so to kategorijo izdelkov kupili v zadnjih 12 mesecih. Naj spomnimo, da ta številka za vsako kategorijo proizvodov prikazuje, kolikšen delež poročila o "kupcih", ki so kupili vsaj nekatere proizvode z znakom EU za okolje.

V skladu s povprečnimi rezultati EU je v večini držav delež anketirancev, ki so kupili vsaj nekatere proizvode z znakom EU za okolje, še vedno enak ali manjši od četrtine za vse kategorije proizvodov. Ta delež se na primer giblje med 4 % za turistične nastanitvene storitve (hoteli/kampi) in 22 % za detergente/čistilne proizvode v Sloveniji ter med 8 % za turistične nastanitvene storitve (hoteli/kampi) in 22 % za kozmetične izdelke/izdelke za nego živali v Španiji. V majhnem številu držav (npr. v Franciji, Italiji in Romuniji) je delež anketirancev, ki so kupili vsaj nekatere proizvode z znakom EU za okolje, za številne kategorije proizvodov večji od četrtine. V Franciji se na primer ta delež giblje med 15 % za turistične nastanitvene storitve (hoteli/kampi) in 33 % za vpojne higienske proizvode (plenice/ženske blazinice/tamponi) – ustrezna številka znaša 44 % za talne obloge/ploščice, vendar je pri razlagi te številke potrebna določena previdnost, saj je v zadnjih 12 mesecih to vrsto proizvoda kupila le malo anketirancev.

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

V4b Ali ste kupili katerega od naslednjih proizvodov, kupljenih v zadnjih 12 mesecih, z znakom EU za okolje?

Izberite vse, ki veljajo. (v % po državah)

	Detergenti/ čistilna sredstva	Tekstil, oblačila/ obutev	Izdelki iz papirja (npr. vpojni papir, izdelki iz vpojnega papirja, kopirni papir itd.)	Kozmetični izdelki/izde lki za nego živali	Vpojni higienski izdelki (plenice/ž enske blazinicе/t amponi)	Turistične nastanitve ne storitve (hoteli/ka mpi)	Barve/ laki	Pohištvo/ posteljni vložki	Rastni substrati/ sredstva za izboljšanje tal*	Talne obloge/plo ščice*
EU-27	23	14	23	21	22	11	19	16	24	26
BE	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
FR	29	19	29	28	33	15	26	24	32	44
kadrovska	18	11	18	18	12	4	9	8	14	5
IT	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

* Pozor: majhne osnovne velikosti na ravni države (<150)

Osnova: od n=2 758 (talna obloga/ploščice) do n=21 141 (detergenti/čistilni izdelki) – Osnova se razlikuje glede na

izdelek, s poudarkom na anketirancih, ki so navedli, da so kategorijo

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

izdelkov kupili v
zadnjih 12
mesecih

Socialno-demografska vprašanja

Anketiranci, stari 55 let in več, običajno manj verjetno kot njihovi mlajši kolegi poročajo o nakupu proizvodov z znakom EU za okolje v različnih kategorijah proizvodov. Med anketiranci, ki kupujejo proizvode iz papirja, na primer 18 % starejših od 54 let poroča, da kupujejo proizvode z znakom EU za okolje, ta številka pa se poveča na 28 % pri osebah, starih od 15 do 24 let, in 29 % pri osebah, starih od 25 do 39 let.

Samozaposleni anketiranci so na splošno najverjetnejši in nezaposleni anketiranci najmanj verjetno poročajo, da kupujejo proizvode z znakom EU za okolje v vsaki kategoriji proizvodov. Na primer, med anketiranci, ki kupujejo detergente/čistilne proizvode, 31 % samozaposlenih anketirancev poroča, da kupujejo vsaj nekatere od teh proizvodov z znakom EU za okolje; ta številka se zmanjša na 19 % za anketirance, ki ne delajo.

Obstajajo tudi nekatere razlike po spolu in med izobraževalnimi skupinami. Med anketiranci, ki kupujejo kozmetične izdelke/izdelke za nego živali, na primer 23 % anketirancev, ki so zaključili izobraževanje, staro 20 let ali več, poroča, da kupujejo tovrstne izdelke z znakom EU za okolje, v primerjavi s 15 % anketirancev, ki so zaključili izobraževanje, staro 15 let ali manj.

V4b Ali ste kupili katerega od naslednjih proizvodov, kupljenih v zadnjih 12 mesecih, z znakom EU za okolje?

Izberite vse, ki veljajo. (v % po socialno-demografskih podatkih)

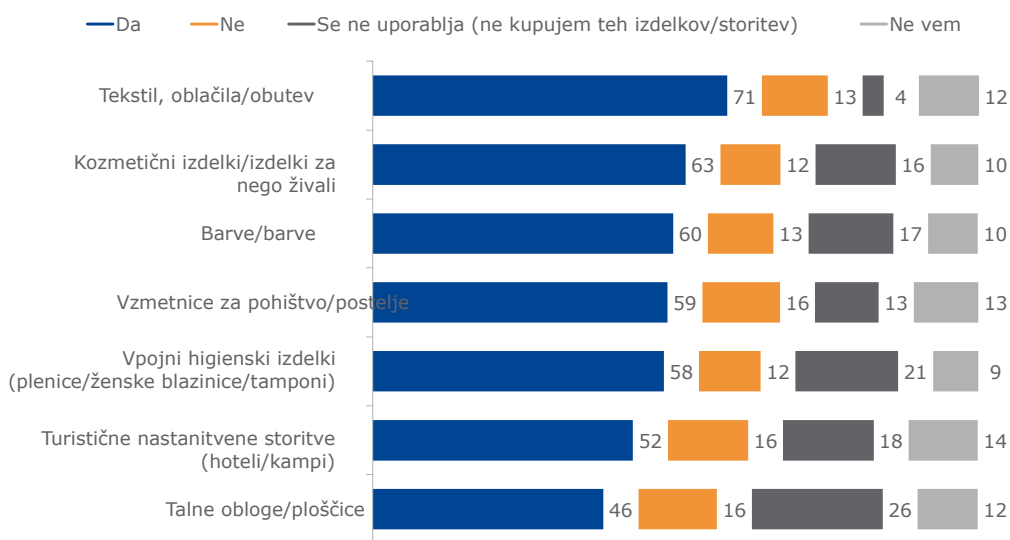
	Detergenti /čistilna sredstva	Tekstil, oblačila /obutev	Izdelki iz papirja (npr. vpojni papir, izdelki iz vpojnega papirja, kopirni papir itd.)	Kozmeti čni izdelki/iz delki za nego živali	Vpojni higienski izdelki (plenice/že nske blazinic/ta mponi)	Turistične nastanitven e storitve (hoteli/kamp i)	Barve/ laki	Pohištvo/ o/ posteljni vložki	Rastni substrat i/sredstv a za izboljša nje tal*	Talne obloge/ ploščic e*
EU-27	23	14	23	21	22	11	19	16	24	26
Spol										
Moški	23	16	24	22	28	12	22	18	27	29
Ženske	23	13	22	20	18	9	16	14	20	22
Starost										
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
Izobraževanje (starost, ko je končano)										
Do 15 let	23	17	26	15	29	16	17	19	31	27
16–19 let	20	11	21	17	19	8	16	13	19	21
20+ let	25	15	23	23	22	10	21	16	23	26
Še vedno študiram	26	17	27	23	23	17	21	19	31	32
poklic										
Samozaposl eni	31	23	32	29	31	19	29	25	31	39
Zaposleni	27	17	26	24	25	13	22	18	28	25
Ročni delavec	24	14	26	20	25	13	17	17	28	33
Nedelujoče	19	10	18	16	16	6	15	11	16	19

Osnova: od n=2 758 (talna obloga/ploščice) do n=21 141 (detergenti/čistilni izdelki) – Osnova se razlikuje glede na izdelek, pri čemer se osredotoča na anketirance, ki so navedli, da so v zadnjih 12 mesecih kupili kategorijo izdelkov

3.3. Ponudba več proizvodov z znakom EU za okolje

Anketiranci so bili za vsako kategorijo proizvodov z znakom EU za okolje vprašani, ali želijo najti več proizvodov z znakom EU za okolje. Za vse kategorije anketirancev, ki bi radi našli več proizvodov z znakom EU za okolje, je veliko več kot tistih, ki pravijo nasprotno. 71 % jih je na primer odgovorilo, da bi želeli najti več proizvodov z znakom EU za okolje v tekstilu, oblačilih/obutvi, v primerjavi s 13 %, ki ne želijo najti več proizvodov, 4 %, ki navajajo, da ne kupujejo tovrstnih proizvodov, in 12 %, ki „ne vedo“. Za druge kategorije se delež, ki bi želel najti več izdelkov z znakom EU za okolje, giblje med 46 % za talne obloge/ploščice in 63 % za kozmetične izdelke/izdelke za nego živali.

V6 Ali želite poiskati več proizvodov z znakom EU za okolje v kateri koli od naslednjih kategorij? (v % EU-27)



Osnova: vsi anketiranci (n = 26 635)

V vseh državah je večina anketirancev odgovorila, da bi radi našli več izdelkov z znakom EU za okolje v kategoriji tekstila, oblačil/obutve (s 54 % na Češkem na 83 % na Portugalskem in v Romuniji). Podobna slika je opazna pri kozmetičnih izdelkih in izdelkih za nego živali, pri čemer je več kot polovica anketirancev v vseh državah izrazila željo, da bi v tej kategoriji našli več izdelkov z znakom EU za okolje (z 51 % na Češkem na 75 % v Criotii).

Delež anketirancev, ki bi želeli najti več proizvodov z znakom EU za okolje v kategoriji barv/lakov, je največji v Bolgariji (72 %), Grčiji (71 %) in Španiji (70 %), najmanjši pa na Finskem (43 %), v Latviji (46 %), Estoniji (47 %), na Češkem in Danskem (oboje 48 %).

V 20 državah članicah je vsaj polovica anketirancev odgovorila, da bi želeli najti več proizvodov z znakom EU za okolje v kategoriji pohištva/posteljnih vzmetnic. Delež anketirancev, ki so odgovorili na to vprašanje, se giblje od 43 % v Estoniji do 73 % na Portugalskem.

Približno sedem od desetih anketirancev na Cipru (72 %), Portugalskem (71 %), v Grčiji (71 %), Bolgariji (70 %), Španiji (70 %), Italiji (69 %) in Romuniji (68 %) je odgovorilo, da bi radi našli več proizvodov z znakom EU za okolje v kategoriji vpojnih higienskih proizvodov. Nasprotno pa je manj kot polovica anketirancev enako navedla na Danskem (42 %), v Estoniji (44 %), Nemčiji (46 %), na Nizozemskem (46 %) in v Belgiji (49 %).

Več kot dve tretjini anketirancev na Portugalskem (69 %), v Španiji (68 %) in na Cipru (67 %) je navedlo, da bi želeli v kategoriji turističnih nastanitvenih storitev najti več proizvodov z znakom EU za okolje. Na Češkem je približno tretjina anketirancev (35 %) odgovorila enako.

Bolgarija (61 %), Španija (59 %), Italija (57 %), Portugalska (54 %), Grčija in Romunija (53 %) so edine države, v katerih je več kot polovica anketirancev odgovorila, da bi želeli najti več proizvodov z znakom EU za okolje v kategoriji talne obloge/ploščice. Za primerjavo, manj kot tretjina anketirancev je odgovorila enako na Danskem (28 %) in v Estoniji (32 %).

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

V6 Ali želite poiskati več proizvodov z znakom EU za okolje v kateri koli od naslednjih kategorij?
(% „Da“ po državah)

	Tekstil, oblačila/ob utev	Kozmetični izdelki/izdel ki za nego živali	Barve/laki	Pohištvo/ posteljni vložki	Vpojni higienski izdelki	Storitve turističnih nastanitev	Talne obloge/plo ščice
EU-27	71	63	60	59	58	52	46
BE	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
FR	71	63	61	61	59	54	46
kadrovsk a	79	75	68	65	64	52	46
IT	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

Osnova: vsi anketiranci (n = 26 635)

Socialno-demografska vprašanja

Ženske pogosteje kot moški odgovarjajo, da želijo najti več izdelkov z znakom EU za okolje v kategorijah tekstila, oblačil/obutve (74 % v primerjavi s 67 %), kozmetičnih izdelkov/izdelkov za nego živali (68 % v primerjavi s 57 %) in vpojnih higienskih izdelkov (65 % v primerjavi z 51 %).

Anketiranci, stari 55 let ali več, manj verjetno odgovarjajo, da bi želeli najti več izdelkov z znakom EU za okolje v kozmetičnih izdelkih/izdelkih za nego živali (59 % v primerjavi s 65 % v mlajših starostnih skupinah), vpojnih higienskih izdelkih (51 % v primerjavi z 61 %–65 %) in turističnih nastanitvenih storitvah (48 % v primerjavi z 52 %–56 %). Nasprotno pa anketiranci, stari od 15 do 24 let, manj pogosto odgovarjajo, da želijo več proizvodov z znakom EU za okolje v kategorijah „barve/barve“ (52 % v primerjavi s 64 %–59 %) in „posteljni vložki“ (54 % v primerjavi z 62 %–59 %).

Anketiranci z višjo stopnjo izobrazbe bodo na splošno verjetneje odgovorili, da želijo več proizvodov z znakom EU za okolje. To na primer velja za tekstil, oblačila/obutev, pri katerih bi 74 % anketirancev, ki so zaključili izobraževanje, staro 20 let ali več, želelo najti več izdelkov z znakom EU za okolje, v primerjavi z 71 % anketirancev, ki so zaključili izobraževanje, staro 16–19 let, in 61 % anketirancev, ki so izobraževanje prekinili pred 16. letom.

Zaposleni v večji meri kot anketiranci v drugih poklicnih skupinah odgovarjajo, da bi radi našli več proizvodov z znakom EU za okolje v kategorijah vpojnih higienskih proizvodov (63 % v primerjavi s 55 %–58 %), barv/lakov (63 % v primerjavi s 56 %–59 %) in pohištva/posteljnih vzmetnic (61 % v primerjavi s 53 %–58 %).

Življenje na bolj urbanem območju je na splošno povezano z močnejšo željo po iskanju več proizvodov, označenih z znakom EU za okolje. 74 % anketirancev, ki živijo v velikem mestu, je na primer odgovorilo, da bi radi našli več izdelkov z znakom EU za okolje v kategoriji tekstil, oblačila/obutev, v nasprotju s 70 % anketirancev, ki živijo v majhnem/srednje velikem mestu, in 69 % anketirancev, ki živijo na podeželju.

Anketiranci, ki menijo, da je vpliv na okolje pomemben vidik odločitve o nakupu proizvoda, in anketiranci, ki so znak EU za okolje že videli, bi radi našli več proizvodov z znakom EU za okolje v vseh kategorijah proizvodov.

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

V6 Ali želite poiskati več proizvodov z znakom EU za okolje v kateri koli od naslednjih kategorij?
(% Skupaj „Da“ po socialno-demografskih podatkih)

	Tekstil, obutev za oblačila	Kozmetični izdelki/izde lki za nego živali	Barve/ barve	Vzmetni ce za pohištvo /postelje	Vpojni higienski izdelki (plenice/ženske blazinice/tampo ni)	Storitve turističnih nastanitev	Talne obloge/plo ščice
EU-27	71	63	60	59	58	52	46
Spol							
Moški	67	57	60	58	51	52	46
Ženske	74	68	60	60	65	52	46
Starost							
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
Izobraževanje (starost, ko je končano)							
Do 15 let	61	53	50	52	52	44	37
16–19 let	71	61	60	59	56	49	45
20+ let	74	66	64	62	62	57	50
Še vedno študiram	71	68	56	58	61	55	45
poklic							
Samozaposle ni	65	63	59	58	58	54	51
Zaposleni	72	66	63	61	63	57	50
Ročni delavec	64	56	56	53	55	48	43
Nedelujoče	72	61	59	58	55	48	43
Urbanizacija							
Podeželsko območje	69	61	59	56	56	48	43
Majhno/ srednje veliko mesto	70	62	59	59	58	52	46
Veliko mesto/mesto	74	64	62	61	61	56	48
Pomen vpliva izdelka na okolje pri odločitvah o nakupu							
„Pomembno“ skupaj	80	70	67	67	66	60	53
„Ni pomembno“ skupaj	47	42	40	36	39	31	27
Pred uporabo znaka EU za okolje							

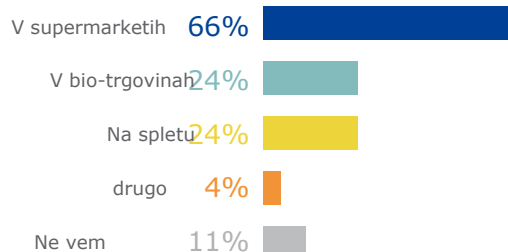
Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

Da	79	72	70	69	68	62	56
Ne	64	55	52	51	51	45	40

Osnova: vsi anketiranci (n = 26 635)

3.4. Nakup proizvodov z znakom EU za okolje v supermarketih,

V5 Kje najpogosteje kupujete proizvode z znakom EU za okolje? (dovoljenih je več odgovorov) (% EU-27)



Osnova: anketiranci, ki so kupili proizvode z znakom EU za okolje (n = 14 194)

biotrgovinah in na spletu

Anketiranci, ki so kupili proizvode z znakom EU za okolje, so bili vprašani, kje najpogosteje kupujejo te proizvode. Daleč največji delež (66 %) je odgovoril, da najpogosteje kupujejo proizvode z znakom EU za okolje v supermarketih. Približno četrtina anketirancev (24 %) je odgovorila, da najpogosteje kupujejo proizvode z znakom EU za okolje v biotrgovinah; enak delež (24 %) jih odgovarja, da proizvode z znakom EU za okolje najpogosteje kupujejo prek spleta.

V vseh državah članicah je približno polovica ali več anketirancev odgovorilo, da najpogosteje kupujejo proizvode z znakom EU za okolje v supermarketih (od 47 % na Švedskem do 80 % v Franciji). Delež nakupov proizvodov z znakom EU za okolje, ki najpogosteje kupujejo v biotrgovinah, se giblje med 12 % na Danskem in 39 % v Bolgariji. Spletne trgovine omenja med 5 % anketirancev na Portugalskem in 37 % na Poljskem.

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

V5 Kje najpogosteje kupujete proizvode z znakom EU za okolje? (dovoljenih je več odgovorov)
(% po državah)

	V supermarketih	V bio-trgovinah	Na spletu	drugo	Ne vem
EU-27	66	24	24	4	11
BE	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
FR	80	24	19	3	7
kadrovska	58	30	12	6	17
IT	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

Osnova: anketiranci, ki so kupili proizvode z znakom EU za okolje (n = 14 194)

Socialno-demografska vprašanja

Socialno-demografska analiza kaže, da je pri moških (26 %) verjetnost, da bodo prek spleta kupovali proizvode z znakom EU za okolje, nekoliko večja kot pri ženskah (23 %). Poleg tega je pri anketirancih, starih od 25 do 39 let (35 %), na splošno najbolj verjetno, da bodo proizvode z znakom EU za okolje pogosto kupovali prek spleta, pri anketirancih, starih 55 let (16 %) in več, pa je najmanj verjetno, da bodo to storili. Tudi anketiranci, stari od 25 do 39 let (31 %), skupaj s tistimi, starimi od 15 do 24 let (29 %), pogosteje omenjajo biotrgovine (v primerjavi s 23 % tistih, starih od 40 do 54 let, in 19 % tistih, starejših od 55 let). Delež proizvodov z znakom EU za okolje, ki se najpogosteje kupujejo v supermarketih, se s starostjo povečuje (z 58 % pri osebah, starih od 15 do 24 let, na 69 % pri osebah, starejših od 55 let).

Največja razlika med izobraževalnimi skupinami je v deležu, ki najpogosteje kupuje proizvode z znakom EU za okolje v supermarketih. Medtem ko se 56 % anketirancev, ki so zaključili izobraževanje, staro 15 let ali manj, odloči za „veleblagovnice“, se ta številka poveča na 69 % za tiste, ki so zaključili izobraževanje, staro 20 let ali več.

V5 Kje najpogosteje kupujete proizvode z znakom EU za okolje? (v % po socialno-demografskih podatkih)

	V supermarketih	V bio-trgovinah	Na spletu	drugo	Ne vem
EU-27	66	24	24	4	11
Spol					
Moški	67	24	26	4	11
Ženske	66	25	23	5	11
Starost					
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
Izobraževanje (starost, ko je končano)					
Do 15 let	56	25	23	8	12
16–19 let	67	20	21	4	13
20+ let	69	27	27	5	10
Še vedno študiram	64	29	25	3	7
poklic					
Samozaposleni	64	33	31	5	7
Zaposleni	66	29	29	5	9
Ročni delavec	57	23	28	5	10
Nedelujoče	69	18	18	4	13
Urbanizacija					
Podeželsko območje	65	22	23	4	11
Majhno/srednje veliko mesto	67	24	24	4	11
Veliko mesto/mesto	66	27	26	6	11

Osnova: vsi anketiranci (n = 14 194)

Delež anketirancev, ki izberejo „v biotrgovinah“, je največji med samozaposlenimi (33 % v primerjavi z npr. 18 % nezaposlenih anketirancev), medtem ko je delež anketirancev, ki omenjajo „v supermarketih“, najmanjši med fizičnimi delavci (57 % v primerjavi z 69 % nezaposlenih).

anketirancev). Nezaposleni anketiranci manj verjetno omenjajo nakup proizvodov z znakom EU za okolje prek spleta (18 % v primerjavi z 28 %–31 % v drugih poklicnih skupinah).

Nakup proizvodov z znakom EU za okolje v biotrgovinah je tudi nekoliko pogostejši med anketiranci, ki živijo v velikih mestih (27 %), kot med anketiranci, ki živijo na več podeželskih območjih (22–24 %).

3.5. Razlogi proti nakupu proizvodov z znakom EU za okolje

Anketiranci, ki niso nikoli kupili proizvodov z znakom EU za okolje, so bili vprašani o razlogih za svojo odločitev. Izbirali so lahko med vnaprej določenim seznamom razlogov in podali več odgovorov.⁶

Razlog, ki so ga ti anketiranci najpogosteje izbrali, je „ne iščem okoljskih oznak na izdelkih, ki jih kupujem“ (izbranih za 40 %). "Nisem zaskrbljen zaradi okoljskih vprašanj" je izbralo 14 % anketirancev. Skupaj 48 % anketirancev izbere enega ali oba zgoraj navedena razloga.

Trije od desetih anketirancev (30 %) so odgovorili, da proizvodov z znakom EU za okolje ne najdejo tam, kjer kupujejo; Manjše število jih je izbralo razlog, da proizvodi z znakom EU za okolje niso resnično okolju prijazni (9 %) ali niso dobre kakovosti (5 %).

V8 Zakaj ne kupujete proizvodov z znakom EU za okolje? (v % EU-27)



Osnova: anketiranci, ki nikoli ne kupujejo proizvodov z znakom EU za okolje (n = 2 882)

⁶ Osnovna velikost je premajhna (n<150) za predstavitev rezultatov na ravni posamezne države.

Socialno-demografska vprašanja

Na vprašanje, zakaj ne kupujejo proizvodov z znakom EU za okolje, moški pogosteje kot ženske odgovorijo z „Ne čutim zaskrbljenosti zaradi okoljskih vprašanj“ (21 % v primerjavi z 8 %), „proizvodi z znakom EU za okolje niso resnično okolju prijazni“ (13 % v primerjavi s 6 %) in „proizvodi z znakom EU za okolje niso dobre kakovosti“ (6 % v primerjavi s 3 %). Anketiranci, stari od 15 do 24 let (9 %), prav tako pogosteje kot anketiranci, starejši od 40 let (3–4 %), omenjajo slednje, tj. da „proizvodi z znakom EU za okolje niso dobre kakovosti“. Druga razlika med starostnimi skupinami je na primer ta, da anketiranci, stari od 15 do 24 let, pogosteje navajajo, da proizvodov z znakom EU za okolje ne najdejo tam, kjer kupujejo (36 % v primerjavi s 27 %–30 % v starejših starostnih skupinah).

Največja razlika med izobraževalnimi skupinami je v deležu anketirancev, ki so izbrali „proizvode z znakom EU za okolje, ki niso resnično okolju prijazni“, kar je največ med anketiranci, ki so se prenehali izobraževati pred 16. letom starosti (18 % v primerjavi z 8–9 % pri višje izobraženih anketirancih).

V8 Zakaj ne kupujete proizvodov z znakom EU za okolje? (v % po socialno-demografskih podatkih)

	Na izdelkih, ki jih kupujem, ne iščem okoljskih oznak	Ne najdem proizvodov z znakom EU za okolje, kjer kupujem	Proizvodi z znakom EU za okolje so predragi	Okoljska vprašanja me ne skrbijo	Proizvodi z znakom EU za okolje niso resnično okolju prijazni	Proizvodi z znakom EU za okolje niso dobre kakovosti
EU-27	40	30	23	14	9	5
Spol						
Moški	42	28	21	21	13	6
Ženske	38	32	25	8	6	3
Starost						
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
Izobraževanje (starost, ko je končano)						
Do 15 let	38	32	25	11	18	7
16–19 let	38	30	23	14	8	4
20+ let	41	30	24	15	9	4
Še vedno študiram	45	37	26	11	6	6
poklic						
Samozaposleni	42	23	21	25	15	12
Zaposleni	38	27	24	15	11	6
Ročni delavec	45	29	27	21	15	8
Nedelujoče	40	33	23	10	6	2
Urbanizacija						
Podeželsko območje	42	28	25	12	10	5
Majhno/srednje veliko mesto	39	29	24	16	9	5
Veliko mesto/mesto	39	32	21	13	9	4

Osnova: vsi anketiranci (n = 2 882)

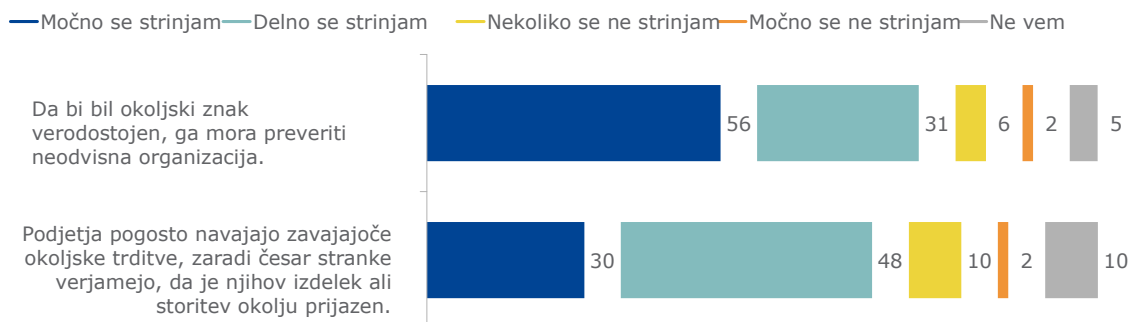
Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

Samozaposleni anketiranci (25 %) in fizični delavci (21 %) pogosteje kot zaposleni (15 %) in tisti, ki ne delajo (10 %), ne kupujejo proizvodov z znakom EU za okolje, ker se ne počutijo zaskrbljene zaradi okoljskih vprašanj; podoben vzorec velja za „ne iščem okoljskih znakov na proizvodih, ki jih kupujem“ in „proizvodi z znakom EU za okolje niso resnično okolju prijazni“. Ročni delavci tudi nekoliko pogosteje navajajo, da so proizvodi z znakom EU za okolje predragi (27 % v primerjavi z npr. 21 % samozaposlenih anketirancev). Tisti, ki ne delajo, pogosteje pravijo, da ne najdejo proizvodov z znakom EU za okolje tam, kjer kupujejo (33 % v primerjavi z npr. 23 % samozaposlenih anketirancev).

Oddelek 4. Okoljske oznake in trditve

V povprečju se v EU približno osem od desetih anketirancev strinja, da podjetja pogosto navajajo zavajajoče okoljske trditve, zaradi česar stranke verjamejo, da je njihov izdelek ali storitev okolju prijazen (30 % se jih „močno strinja“, 48 % pa se jih „nekoliko strinja“). Hkrati se skoraj devet od desetih anketirancev strinja, da mora okoljski znak, da bi bil verodostojen, preveriti neodvisna organizacija (56 % se jih „močno strinja“, 31 % pa se jih „nekoliko strinja“).

V7 V kolikšni meri se strinjate ali ne strinjate z naslednjimi trditvami? (v % EU-27)

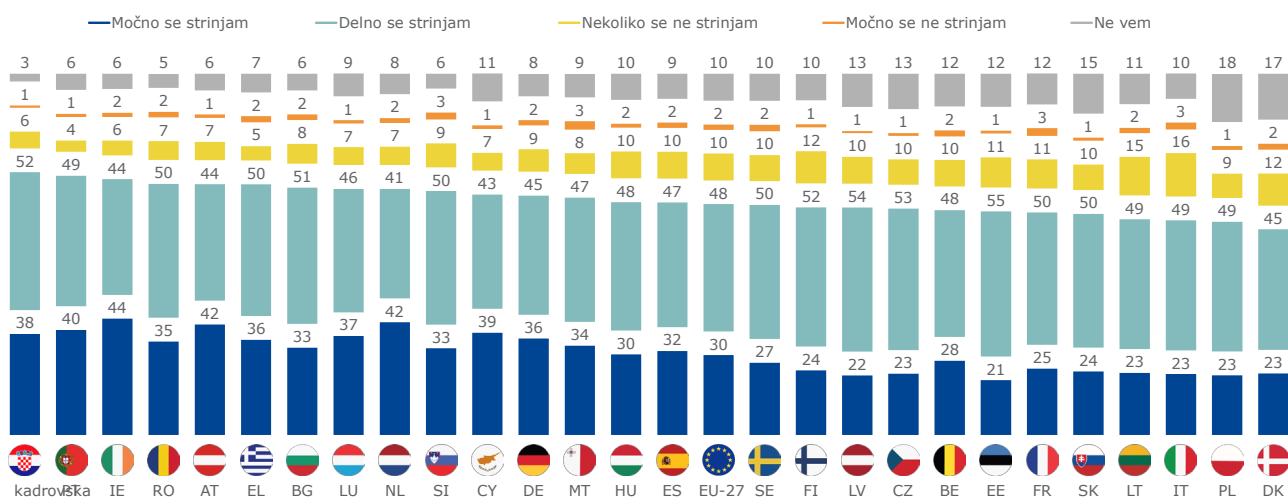


Osnova: vsi anketiranci (n = 26 635)

V vseh državah članicah se vsaj dve tretjini vprašanih "močno" ali "nekoliko strinja", da podjetja pogosto navajajo zavajajoče okoljske trditve, zaradi česar stranke verjamejo, da je njihov izdelek ali storitev okolju prijazen. Raven sporazuma se giblje od 68 % na Češkem do približno 89 % na Portugalskem in 90 % na Hrvaškem.

V7_3 V kolikšni meri se strinjate ali ne strinjate z naslednjimi trditvami? (v % po državah)

Podjetja pogosto navajajo zavajajoče okoljske trditve, zaradi česar stranke verjamejo, da je njihov izdelek ali storitev okolju prijazen.

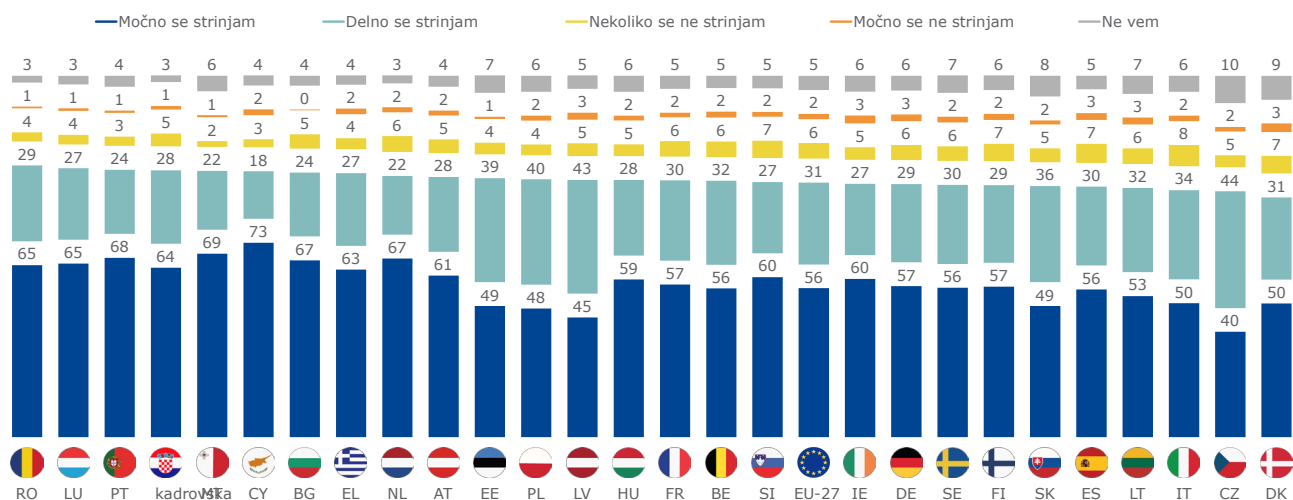


Osnova: vsi anketiranci (n = 26 635)

Skupni delež, ki se strinja, da mora znak za okolje preveriti neodvisna organizacija, da bi bil verodostojen, je najvišji v Romuniji (93 %), Luksemburgu in na Portugalskem (v obeh 92 %) ter na Hrvaškem, v Bolgariji, na Cipru in Malti (v vseh 91 %).⁷ Najnižja – vendar še vedno zelo visoka – stopnja strinjanja je zabeležena na Danskem (81 %). Poleg tega se v veliki večini držav članic večina anketirancev "močno strinja", da mora okoljski znak, da bi bil verodostojen, preveriti neodvisna organizacija (npr. 73 % na Cipru, 69 % na Malti in 68 % na Portugalskem).

V7_2 V kolikšni meri se strinjate ali ne strinjate z naslednjimi trditvami? (v % po državah)

Da bi bil okoljski znak verodostojen, ga mora preveriti neodvisna organizacija.



Osnova: vsi anketiranci (n = 26 635)

Socialno-demografska vprašanja

Skupni delež, ki se strinja, da mora znak za okolje, da bi bil verodostojen, preveriti neodvisna organizacija, se s starostjo povečuje, in sicer z 78 % za anketirance, stare od 15 do 24 let, na 91 % za tiste, stare 55 let in več. Strinjanje s to trditvijo je večje tudi med anketiranci, ki so zaključili šolanje, starimi 16 let ali več (89 %–90 %), v primerjavi z anketiranci, ki so opustili šolanje, starimi 15 let ali manj (76 %). Manj izobraženi anketiranci tudi manj verjetno "močno" ali "nekoliko se strinjajo", da podjetja pogosto navajajo zavajajoče okoljske trditve, zaradi česar stranke verjamejo, da je njihov izdelek ali storitev okolju prijazen (74 % v primerjavi z 78 %–80 %).

Anketiranci, ki ne delajo (89 %), in zaposleni (87 %) se pogosteje kot samozaposleni anketiranci (83 %) in fizični delavci (80 %) strinjajo, da mora okoljski znak, da bi bil verodostojen, preveriti neodvisna organizacija. Poleg tega se zaposleni (76 %) v večji meri kot anketiranci iz drugih poklicnih skupin (71 %–74 %) strinjajo z izjavo „Verjamem, da imajo proizvodi z znakom EU za okolje resnično manjši vpliv na okolje kot podobni proizvodi na trgu“.

Anketiranci, ki živijo v velikih mestih (89 %), se pogosteje kot anketiranci, ki živijo na bolj podeželskih območjih (85–86 %), strinjajo, da mora okoljski znak, da bi bil verodostojen, preveriti neodvisna organizacija.

Anketiranci, ki menijo, da je vpliv izdelka na okolje pomemben vidik pri nakupu izdelka, se bodo verjetneje strinjali z obema izjavama. Nazadnje, anketiranci, ki so znak EU za okolje videli že prej,

⁷ Zaradi zaokroževanja se odstotki za ločene možnosti odgovora, prikazane v grafikonih, ne ujemajo vedno natančno s skupnimi vrednostmi, navedenimi v besedilu.

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

se bolj verjetno strinjajo z izjavama „da bi bili verodostojni, mora okoljski znak preveriti neodvisna organizacija“ (90 % v primerjavi s 84 %) in „verjamem, da imajo proizvodi z znakom EU za okolje resnično manjši vpliv na okolje kot podobni proizvodi na trgu“ (84 % v primerjavi s 67 %).

V7 V kolikšni meri se strinjate ali ne strinjate z naslednjimi trditvami? (% Skupaj „Strinjam se s socialno-demografskimi skupinami“)

	Podjetja pogosto navajajo zavajajoče okoljske trditve, zaradi česar stranke verjamejo, da je njihov izdelek ali storitev okolju prijazen.	Da bi bil okoljski znak verodostojen, ga mora preveriti neodvisna organizacija.
EU-27	78	87
Spol		
Moški	79	87
Ženske	77	87
Starost		
15-24	75	78
25-39	77	83
40-54	78	87
>=55	79	91
Izobraževanje (starost, ko je končano)		
Do 15 let	74	76
16–19 let	78	89
20+ let	80	90
Še vedno študiram	76	82
poklic		
Samozaposleni	79	83
Zaposleni	79	87
Ročni delavec	76	80
Nedelujoče	77	89
Urbanizacija		
Podeželsko območje	78	85
Majhno/srednje veliko mesto	77	86
Veliko mesto/mesto	79	89
Pomen vpliva izdelka na okolje pri odločitvah o nakupu		
„Pomembno“ skupaj	79	90
„Ni pomembno“ skupaj	76	80
Osnova: vsi anketiranci (n = 26 635)		

Tehnične specifikacije

Družba Ipsos European Public Affairs je med 5. in 13. septembrom 2023 na zahtevo Generalnega direktorata Evropske komisije za okolje izvedla raziskavo Flash Eurobarometer 535. Gre za splošno javno raziskavo, ki jo usklajuje enota za spremljanje medijev in Eurobarometer Generalnega direktorata za komuniciranje. Raziskava Flash Eurobarometer 535 zajema prebivalstvo državljanov EU, ki prebivajo v eni od 27 držav članic ter so stari 15 let in več.

Vsi intervjuji so bili opravljeni z računalniško podprtim spletnim intervjujem (CAWI) z uporabo spletnih plošč Ipsos in njihove partnerske mreže. Anketiranci so bili izbrani iz okroglih miz za spletni dostop, tj. skupin predhodno zaposlenih posameznikov, ki so se strinjali, da bodo sodelovali v raziskavah. Kvota vzorčenja je bila določena na podlagi starosti (15–24 let, 18–24 let, 25–34 let, 25–44 let, 45–54 let, 55–64 let in 65 let ali več), spola in geografske regije (NUTS1, NUTS2 ali NUTS 3, odvisno od velikosti države in števila regij NUTS).

Razlika do zgornje meje napake

Za rezultate raziskav veljajo dovoljena odstopanja pri vzorčenju. „Meja napake“ količinsko opredeljuje negotovost glede rezultata ankete (ali zaupanje vanj). Praviloma velja, da več kot je opravljenih razgovorov (velikost vzorca), manjša je stopnja napake. Pri vzorcu 500 bo stopnja napake znašala največ 4,4 odstotne točke, pri vzorcu 1 000 pa največ 3,1 odstotne točke.

Statistične meje zaradi dovoljenih odstopanj pri vzorčenju

(pri 95-odstotni stopnji zaupanja)

	različne velikosti vzorcev so v vrsticah			različni opaženi rezultati so v stolpcih			
	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

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

	Število razgovorov	Datumi terenskega dela	Prebivalstvo 15+ (absolutno število)	Prebivalstvo, starejše od 15 let (kot % prebivalstva EU-27)
EU-27	26635	5.9.2023-13.9.2023	379815189	100,00 %
BE	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 %
FR	1034	5.9.2023-11.9.2023	55994788	14,74 %
kadrovska	1018	5.9.2023-12.9.2023	3310094	0,87 %
IT	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 %

Vprašalnik

ASK ALL

DX1 Kako pomembni so naslednji vidiki pri odločanju o tem, katere izdelke (blago ali storitve) kupiti?

(ONE ANSWER PER LINE - RANDOMISE 1-4)

DX1_1 Vpliv izdelka na okolje

DX1_2 Cena izdelka

DX1_3 Kakovost izdelka

DX1_4 Blagovna znamka izdelka

ZDRAVLJENJE ZASLONA

Zelo pomembno 1 R ather pomembno 2 Rathe r no t pomembno 3 Ne na ll pomembno 4 Ne vem 998

ASK ALL

DX2 V kolikšni meri se strinjate ali ne strinjate z naslednjimi trditvami?

(ONE ANSWER PER LINE - RANDOMISE 1-4)

DX2_1 Nakup izdelkov z manjšim vplivom na okolje vpliva na okolje

D X2_2 Imam izdelke Boug ht posebej zaradi njihovega manjšega vpliva na okolje

ZDRAVLJENJE ZASLONA

Močno se strinjam 1 Torej se strinjam 2 Torej se mi ne strinjam 3 Močno se ne strinjam 4 Ne vem 998

ASK ALL

V1 Pozorno si oglejte spodnji logotip. Ste že kdaj videli ta logotip?



(Enotni ODGOVOR)

Da 1 No 2 Ne kno w 998

ASK ALL

Q2 Prikazani logotip je logotip znaka EU za okolje. Katera od naslednjih trditev o znaku EU za okolje je po vašem mnenju resnična ali napačna?

(ONE ANSWER PER LINE – RANDOMISE 1-5)

Q2_1 Znak EU za okolje se podeli proizvodom z manjšim vplivom na okolje kot podobnim proizvodom na trgu.

Q2_2 Znak EU za okolje je neodvisno preverjen znak, za katerega se lahko podjetja odločijo, da ga bodo prikazala na svojih proizvodih, da bi dokazala, da je okolju prijazen.

Q2_3 Znak EU za okolje se podeli ekološkim živilom in pijačam

Q2_4 Znak EU za okolje je znak Evropske unije za okoljsko odličnost

Q2_5 Za pridobitev znaka EU za okolje morajo proizvodi izpolnjevati stroga okoljska merila

ZDRAVLJENJE ZASLONA

Resnično 1 lažno 2 Ne vem 998

POKAŽITE VSE

Na trgu je veliko izdelkov z okoljskimi znaki, kar pomeni znake, povezane z okoljskimi značilnostmi izdelka.

Znak EU za okolje je uradni prostovoljni znak Evropske unije za okoljsko odličnost, ki se podeljuje za blago in storitve z dokazanim manjšim vplivom na okolje v primerjavi s podobnimi izdelki na trgu. Deluje tudi kot jamstvo za visoko kakovost. Za pridobitev znaka EU za okolje morajo proizvodi izpolnjevati stroga okoljska merila in merila kakovosti. Skladnost z merili preverja neodvisna tretja oseba.

ASK ALL

V3 Kako pogosto...

(ONE ANSWER PER LINE)

Q3_1 Nakup izdelkov z okoljskimi oznakami

Q3_2 Nakup proizvodov z znakom EU za okolje

ZDRAVLJENJE ZASLONA

Pogosto 1 S ome krat 2 Ra zanašajo 3 N ev er 4 Ne kno w 998

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

ASK ALL

V4a Kateri od naslednjih izdelkov ste kupili v zadnjih 12 mesecih? Izberi vse ustrezne odgovore

(DOVOLJENI ODGOVORNIKI ZA LASTNOSTI – RANDOMISE 1-10)

Detergenti/čistilni izdelki 1 Papirnati izdelki (kot so vpojni papir, vpojni papir, kopirni papir itd.) 2 Tekstila, oblačila/obutev 3 Flobod ali podobne površine/ploščice 4 Kozmetika/ni mal izdelki za nego 5 Vpojni higienski izdelki (plenice/s ženski higienski tamponi) 6 Barve/barve 7 Pohištvo/posteljne vzmetnice 8 Rastni mediji/izboljševalci tal 9 Storitve turističnih nastanitev (hoteli/kampi) 10 Nobeden od teh 11 Ne vem 998

ASK IF Q4a ne 11 ali 998

V4b Ali ste kupili katerega od naslednjih proizvodov, kupljenih v zadnjih 12 mesecih, z znakom EU za okolje? Izberite vse, ki veljajo.

(DOVOLJENI ODGOVORNIKI – TOČKE, KI JIH JE TREBA UPOŠTEVATI V SKLADU S ČLENOM 4a)

Detergenti/čistilni izdelki 1 Papirnati izdelki (kot so vpojni papir, vpojni papir, kopirni papir itd.) 2 Tekstila, oblačila/obutev 3 Flobod ali podobne površine/ploščice 4 Kozmetika/ni mal izdelki za nego 5 Vpojni higienski izdelki (plenice/s ženski higienski tamponi) 6 Barve/barve 7 Pohištvo/posteljne vzmetnice 8 Rastni mediji/izboljševalci tal 9 Storitve turističnih nastanitev (hoteli/kampi) 10 Nobeden od teh 11 Ne vem 998

ASK IF Q3_2=1,2,3

V5 Kje najpogosteje kupujete proizvode z znakom EU za okolje?

[VZDRŽEVALNI ODGOVORNIKI]

V supermarketih 1 V trgovinah z biomaso 2 Na spletu 3 Drugo 4 Ne vem 998

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

ASK ALL

V6 Ali želite poiskati več proizvodov z znakom EU za okolje v kateri koli od naslednjih kategorij?

(ONE ANSWER PER LINE - RANDOMISE 1-7)

Q6_1 Tekstil, oblačila/obutev

Q6_2 Talne obloge/ploščice

Q6_3 Kozmetični izdelki/izdelki za nego živali

Q6_4 Vpojni higienski izdelki (plenice/ženske blazinice/tamponi)

Q6_5 Barve/barve

Q6_6 Pohištvo/posteljni vložki

Q6_7 Turistične nastanitvene storitve (hoteli/kampi)

ZDRAVLJENJE ZASLONA

Da 1

Št. 2 Se ne uporablja (ne kupujem teh izdelkov/storitev) 9 97 Ne vem 998

ASK ALL

V7 V kolikšni meri se strinjate ali ne strinjate z naslednjimi trditvami? (ONE ANSWER PER LINE - RANDOMISE 1-3)

V7_1 Verjamem, da imajo proizvodi z znakom EU za okolje resnično manjši vpliv na okolje kot podobni proizvodi na trgu.

Q7_2 Podjetja pogosto navajajo zavajajoče okoljske trditve, zaradi česar stranke verjamejo, da je njihov izdelek ali storitev okolju prijazen

V7_3 Da bi bil znak za okolje verodostojen, ga mora preveriti neodvisna organizacija.

ZDRAVLJENJE ZASLONA

Strongly strinjam 1 Torej morda ne strinjam 2 Nekoliko bolj se strinjam 3 Močno se ne strinjam 4 Ne vem 998

ASK IF Q3_2=4

V8 Zakaj ne kupujete proizvodov z znakom EU za okolje?

(VZDRŽEVALNI ODGOVORNIKI - RANDOMISE 1-6 BUT KEEP ITEMS 4-6 SKUPAJ)

Na izdelkih, ki jih kupim, ne iščem okoljskih znakov 1 Ne počutim se zaskrbljenega zaradi okoljskih vprašanj 2 Ne najdem izdelkov z znakom EU za okolje, kjer kupujem 3 Izdelki z znakom EU za okolje

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

niso resnično okolju prijazni 4 Izdelki z znakom EU za okolje so predragi 5 Izdelki z znakom EU za okolje niso dobre kakovosti 6 Drugo 7 Ne vem 998

Priloga s podatki

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

DX1_1 Kako pomembni so naslednji vidiki pri odločanju o tem, katere izdelke (blago ali storitve) kupiti? Vpliv izdelka na okolje

	Zelo pomembno	Precej pomembno	Precej nepomembno	Sploh ni pomembno	Ne vem
EU-27	23	50	19	6	2
BE	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
FR	21	51	18	8	3
kadrovska	16	54	22	4	4
IT	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

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje / terensko delo: 5/9-13/9/2023

(%) Osnova: n=26 635 - Vsi anketiranci

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

DX1_2 Kako pomembni so naslednji vidiki pri odločanju o tem, katere izdelke (blago ali storitve) kupiti? Cena izdelka

	Zelo pomembno	Precej pomembno	Precej nepomembno	Sploh ni pomembno	Ne vem
EU-27	55	40	5	1	0
BE	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
FR	54	40	4	1	0
kadrovska	50	46	3	0	0
IT	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

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje / terensko delo: 5/9-13/9/2023

(%) Osnova: n=26 635 - Vsi anketiranci

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

DX1_3 Kako pomembni so naslednji vidiki pri odločanju o tem, katere izdelke (blago ali storitve) kupiti? Kakovost izdelka

	Zelo pomembno	Precej pomembno	Precej nepomembno	Sploh ni pomembno	Ne vem
EU-27	64	33	3	1	0
BE	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
FR	56	40	3	1	0
kadrovska	48	49	2	1	0
IT	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

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje / terensko delo: 5/9-13/9/2023

(%) Osnova: n=26 635 - Vsi anketiranci

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

DX1_4 Kako pomembni so naslednji vidiki pri odločanju o tem, katere izdelke (blago ali storitve) kupiti? Blagovna znamka izdelka

	Zelo pomembno	Precej pomembno	Precej nepomembno	Sploh ni pomembno	Ne vem
EU-27	16	46	30	8	0
BE	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
FR	13	48	29	10	0
kadrovska	10	42	40	8	1
IT	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

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje / terensko delo: 5/9-13/9/2023

(%) Osnova: n=26 635 - Vsi anketiranci

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

DX2_1 V kolikšni meri se strinjate ali ne strinjate z naslednjimi trditvami? Nakup izdelkov z manjšim vplivom na okolje vpliva na okolje

	Močno se strinjam	Delno se strinjam	Nekoliko se ne strinjam	Močno se ne strinjam	Ne vem
EU-27	33	48	11	4	3
BE	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
FR	22	53	14	6	5
kadrovska	40	45	9	4	2
IT	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

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje / terensko delo: 5/9-13/9/2023

(%) Osnova: n=26 635 - Vsi anketiranci

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

DX2_2 V kolikšni meri se strinjate ali ne strinjate z naslednjimi trditvami? Izdelke sem kupil posebej zaradi njihovega manjšega vpliva na okolje.

	Močno se strinjam	Delno se strinjam	Nekoliko se ne strinjam	Močno se ne strinjam	Ne vem
EU-27	18	42	24	12	4
BE	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
FR	15	36	28	18	3
kadrovska	16	45	24	11	3
IT	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

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje / terensko delo: 5/9-13/9/2023

(%) Osnova: n=26 635 - Vsi anketiranci

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

V1 Pozorno si oglejte spodnji logotip. Ste že kdaj videli ta logotip?

	Da	Ne	Ne vem
EU-27	38	48	14
BE	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
FR	61	30	9
kadrovska	29	51	21
IT	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

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje / terensko delo: 5/9-13/9/2023
(%) Osnova: n=26 635 - Vsi anketiranci



Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

Q2_1 Prikazani logotip je logotip znaka EU za okolje. Katera od naslednjih trditev o znaku EU za okolje je po vašem mnenju resnična ali napačna? Znak EU za okolje se podeli proizvodom z manjšim vplivom na okolje kot podobnim proizvodom na trgu (pravilno)

	Resnično	Lažno	Ne vem
EU-27	60	8	32
BE	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
FR	71	6	24
kadrovska	72	5	23
IT	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

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje / terensko delo: 5/9-13/9/2023
(%) Osnova: n=26 635 - Vsi anketiranci

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

Q2_2 Prikazani logotip je logotip znaka EU za okolje. Katera od naslednjih trditev o znaku EU za okolje je po vašem mnenju resnična ali napačna? Znak EU za okolje je neodvisno preverjen znak, za katerega se lahko podjetja odločijo, da ga prikažejo na svojih proizvodih, da dokažejo, da je okolju prijazen (pravilen).

	Resnično	Lažno	Ne vem
EU-27	50	11	39
BE	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
FR	53	11	36
kadrovska	53	13	35
IT	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

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje / terensko delo: 5/9-13/9/2023

(%) Osnova: n=26 635 - Vsi anketiranci

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

Q2_3 Prikazani logotip je logotip znaka EU za okolje. Katera od naslednjih trditev o znaku EU za okolje je po vašem mnenju resnična ali napačna? Znak EU za okolje se podeli ekološkim živilom in pijačam (nepravilno)

	Resnično	Lažno	Ne vem
EU-27	41	15	44
BE	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
FR	40	19	42
kadrovska	46	10	44
IT	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

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje / terensko delo: 5/9-13/9/2023
(%) Osnova: n=26 635 - Vsi anketiranci

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

Q2_4 Prikazani logotip je logotip znaka EU za okolje. Katera od naslednjih trditev o znaku EU za okolje je po vašem mnenju resnična ali napačna? Znak EU za okolje je znak Evropske unije za okoljsko odličnost (pravilno)

	Resnično	Lažno	Ne vem
EU-27	56	7	36
BE	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
FR	54	11	36
kadrovska	71	3	26
IT	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

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje / terensko delo: 5/9-13/9/2023
(%) Osnova: n=26 635 - Vsi anketiranci

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

Q2_5 Prikazani logotip je logotip znaka EU za okolje. Katera od naslednjih trditev o znaku EU za okolje je po vašem mnenju resnična ali napačna? Za pridobitev znaka EU za okolje morajo proizvodi izpolnjevati stroga okoljska merila (pravilno)

	Resnično	Lažno	Ne vem
EU-27	69	5	27
BE	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
FR	73	6	21
kadrovska	79	2	19
IT	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

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje / terensko delo: 5/9-13/9/2023
(%) Osnova: n=26 635 - Vsi anketiranci

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

V3_1 Kako pogosto... Nakup izdelkov z okoljskimi oznakami

	Pogosto	Včasih	Redko	Nikoli	Ne vem
EU-27	16	47	22	5	10
BE	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
FR	15	46	23	7	9
kadrovska	16	55	20	4	6
IT	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

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje / terensko delo: 5/9-13/9/2023

(%) Osnova: n=26 635 - Vsi anketiranci

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

V3_2 Kako pogosto kupujete izdelke z znakom EU za okolje?

	Pogosto	Včasih	Redko	Nikoli	Ne vem
EU-27	8	30	18	10	33
BE	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
FR	9	37	22	11	22
kadrovska	5	31	20	9	35
IT	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

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje / terensko delo: 5/9-13/9/2023

(%) Osnova: n=26 635 - Vsi anketiranci

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

V4a Kateri od naslednjih izdelkov ste kupili v zadnjih 12 mesecih? Izberite vse, ki veljajo. [VZDRŽEVALNI ODGOVORNIKI]

	Detergen ti/čistilna sredstva	Izdelki iz papirja (kot so vpojni papir, izdelki iz vpojnega papirja, kopirni papir itd.)	Tekstil, oblačila/ obutev	Talne obloge/pl oščice	Kozmetič ni izdelki/iz delki za nego živali	Vpojni higienski izdelki (plenice/ ženske blazinice/ tamponi)	Barve/ barve	Vzmetnic e za pohištvo/ postelje	Rastni substrati/ sredstva za izboljšanj e tal	Turističn e nastanitv ene storitve (hoteli/ka mpi)	Nič od tega	Ne vem
EU-27	79	72	72	10	44	40	27	23	14	32	2	1
BE	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
FR	73	79	71	10	38	42	27	22	10	33	2	2
kadr ovska	87	85	77	11	66	46	37	26	18	26	1	1
IT	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

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje / terensko delo: 5/9-13/9/2023

(%) Osnova: n=26 635 - Vsi anketiranci

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

V4b Ali ste kupili katerega od naslednjih proizvodov, kupljenih v zadnjih 12 mesecih, z znakom EU za okolje? Izberite vse, ki veljajo. [VZDRŽEVALNI ODGOVORNIKI]

	Detergenti/ čistilna sredstva	Izdelki iz papirja (kot so vpojni papir, izdelki iz vpojneg a papirja, kopirni papir itd.)	Tekstil, oblačila /obutev	Talne obloge/pl oščice	Kozmetičn i izdelki/izd elki za nego živali	Vpojni higienski izdelki (plenice/ž enske blazinic/ tamponi)	Barve/ barve	Vzmetnic e za pohištvo/p ostelje	Rastni substrati/ sredstva za izboljšanj e tal	Turistične nastanitvene storitve (hoteli/kampi)	Nič od tega	Ne vem
EU-27	19	17	11	3	9	9	6	4	3	4	14	48
BE	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
FR	22	24	14	4	11	14	8	5	3	5	17	37
kadr ovsk a	16	16	9	1	12	6	4	2	3	1	13	54
IT	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

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje / terensko delo: 5/9-13/9/2023

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

(%) Osnova: n=26 635 - Vsi anketiranci

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

V5 Kje najpogosteje kupujete proizvode z znakom EU za okolje? [VZDRŽEVALNI ODGOVORNIKI]

	V supermarketi h	V bio- trgovinah	Na spletu	drugo	Ne vem
EU-27	66	24	24	4	11
BE	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
FR	80	24	19	3	7
kadrovska	58	30	12	6	17
IT	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

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje / terensko delo: 5/9-13/9/2023

(%) Osnova: n = 14 191 – Anketiranci, ki so kupili proizvode z znakom EU za okolje

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

V6_1 Ali želite poiskati več proizvodov z znakom EU za okolje v kateri koli od naslednjih kategorij?
Tekstil, oblačila/obutev

	Da	Ne	Se ne uporablja (ne kupujem teh izdelkov/storitev)	Ne vem
EU-27	71	13	4	12
BE	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
FR	71	15	5	10
kadrovska	79	10	3	8
IT	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

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje / terensko delo: 5/9-13/9/2023

(%) Osnova: n=26 635 - Vsi anketiranci

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

V6_2 Ali želite poiskati več proizvodov z znakom EU za okolje v kateri koli od naslednjih kategorij? Talne obloge/ploščice

	Da	Ne	Se ne uporablja (ne kupujem teh izdelkov/storitev)	Ne vem
EU-27	46	16	26	12
BE	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
FR	46	17	27	10
kadrovska	46	19	25	11
IT	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

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje / terensko delo: 5/9-13/9/2023

(%) Osnova: n=26 635 - Vsi anketiranci

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

V6_3 Ali želite poiskati več proizvodov z znakom EU za okolje v kateri koli od naslednjih kategorij? Kozmetični izdelki/izdelki za nego živali

	Da	Ne	Se ne uporablja (ne kupujem teh izdelkov/storitev)	Ne vem
EU-27	63	12	16	10
BE	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
FR	63	13	17	7
kadrovska	75	8	10	7
IT	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

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje /
terensko delo: 5/9-13/9/2023

(%) Osnova: n=26 635 - Vsi anketiranci

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

V6_4 Ali želite poiskati več proizvodov z znakom EU za okolje v kateri koli od naslednjih kategorij?
Vpojni higienski izdelki (plenice/ženske blazinice/tamponi)

	Da	Ne	Se ne uporablja (ne kupujem teh izdelkov/storitev)	Ne vem
EU-27	58	12	21	9
BE	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
FR	59	13	21	7
kadrovska	64	11	17	7
IT	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

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje / terensko delo: 5/9-13/9/2023

(%) Osnova: n=26 635 - Vsi anketiranci

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

V6_5 Ali želite poiskati več proizvodov z znakom EU za okolje v kateri koli od naslednjih kategorij? Barve/barve

	Da	Ne	Se ne uporablja (ne kupujem teh izdelkov/storitev)	Ne vem
EU-27	60	13	17	10
BE	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
FR	61	14	16	10
kadrovska	68	12	13	7
IT	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

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje / terensko delo: 5/9-13/9/2023
(%) Osnova: n=26 635 - Vsi anketiranci

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

V6_6 Ali želite poiskati več proizvodov z znakom EU za okolje v kateri koli od naslednjih kategorij?
Vzmetnice za pohištvo/postelje

	Da	Ne	Se ne uporablja (ne kupujem teh izdelkov/storitev)	Ne vem
EU-27	59	16	13	13
BE	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
FR	61	16	11	12
kadrovska	65	14	12	9
IT	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

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje / terensko delo: 5/9-13/9/2023

(%) Osnova: n=26 635 - Vsi anketiranci

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

V6_7 Ali želite poiskati več proizvodov z znakom EU za okolje v kateri koli od naslednjih kategorij? Turistične nastanitvene storitve (hoteli/kampi)

	Da	Ne	Se ne uporablja (ne kupujem teh izdelkov/storitev)	Ne vem
EU-27	52	16	18	14
BE	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
FR	54	16	18	13
kadrovska	52	16	22	10
IT	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

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje / terensko delo: 5/9-13/9/2023

(%) Osnova: n=26 635 - Vsi anketiranci

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

V7_1 V kolikšni meri se strinjate ali ne strinjate z naslednjimi trditvami?

Verjamem, da imajo proizvodi z znakom EU za okolje resnično manjši vpliv na okolje kot podobni proizvodi na trgu.

	Močno se strinjam	Delno se strinjam	Nekoliko se ne strinjam	Močno se ne strinjam	Ne vem
EU-27	28	46	10	5	11
BE	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
FR	20	49	14	8	11
kadrovska	30	51	8	4	7
IT	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

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje / terensko delo: 5/9-13/9/2023

(%) Osnova: n=26 635 - Vsi odgovori ts

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

V7_2 V kolikšni meri se strinjate ali ne strinjate z naslednjimi trditvami? Podjetja pogosto navajajo zavajajoče okoljske trditve, zaradi česar stranke verjamejo, da je njihov izdelek ali storitev okolju prijazen.

	Močno se strinjam	Delno se strinjam	Nekoliko se ne strinjam	Močno se ne strinjam	Ne vem
EU-27	30	48	10	2	10
BE	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
FR	25	50	11	3	12
kadrovska	38	52	6	1	3
IT	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

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje / terensko delo: 5/9-13/9/2023

(%) Osnova: n=26 635 - Vsi odgovori ts

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

V7_3 V kolikšni meri se strinjate ali ne strinjate z naslednjimi trditvami? Da bi bil okoljski znak verodostojen, ga mora preveriti neodvisna organizacija.

	Močno se strinjam	Delno se strinjam	Nekoliko se ne strinjam	Močno se ne strinjam	Ne vem
EU-27	56	31	6	2	5
BE	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
FR	57	30	6	2	5
kadrovska	64	28	5	1	3
IT	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

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje / terensko delo: 5/9-13/9/2023

(%) Osnova: n=26 635 - Vsi anketiranci

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje

V8 Zakaj ne kupujete proizvodov z znakom EU za okolje? [VZDRŽEVALNI ODGOVORNIKI]

	Na izdelkih, ki jih kupujem, ne iščem okoljskih oznak	Okoljska vprašanja me ne skrbijo	Ne najdem proizvodov z znakom EU za okolje, kjer kupujem	Proizvodi z znakom EU za okolje niso resnično okolju prijazni	Proizvodi z znakom EU za okolje so predragi	Proizvodi z znakom EU za okolje niso dobre kakovosti	drugo	Ne vem
EU-27	40	14	30	9	23	5	7	10
BE	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
FR	46	12	21	15	39	5	2	8
kadrovska	32	17	41	11	20	3	7	6
IT	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

Opomba: Pozor, majhna osnovna velikost (n<150) za rezultate po posameznih državah

Raziskava Flash Eurobarometer 535 – Znak EU za okolje / terensko delo: 5/9-13/9/2023

(%) Izhodišče: n = 2 882 – Anketiranci, ki nikoli ne kupujejo proizvodov z znakom EU za okolje

