

# ELIKAGAIAK ALFERRIK GALTZEAREN AURREAN EUSKAL HERRITARREK DITUZTEN IRITZIAK, PRAKTIKAK ETA JARRERAK

## Laburpen exekutiboa



euskadiko merkataritzaren behatokia  
observatorio del comercio de euskadi



**EUSKO JAURLARITZA**  
**GOBIERNO VASCO**

HEZKUNTZA, UNIBERTSITATE  
ETA IKERKETA SAILA

DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN,  
UNIVERSIDADES E INVESTIGACIÓN



**EUSKO JAURLARITZA**  
**GOBIERNO VASCO**

TURISMO, MERKATARITZA  
ETA KONTSUMO SAILA  
DEPARTAMENTO DE TURISMO,  
COMERCIO Y CONSUMO



Donostia-San Sebastián, 1  
01010 Vitoria-Gasteiz



945 019 718



behatokia-merkataritza@euskadi.eus



<https://www.euskadi.eus/enfokamer-observatorio-comercio>

## 1. HERRITARREK ELIKAGAIK ALFERRIK GALTZEAREN AURREAN DUTEN PERTZEPZIOA

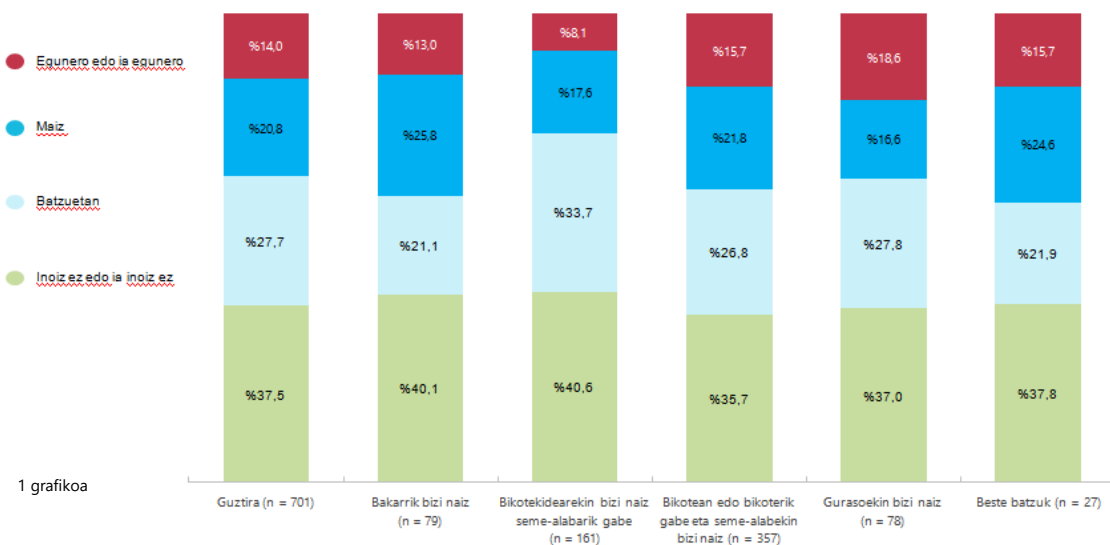
### 1.1.- Elikagaiak botatzeko maiztasunari buruzko pertzepzioa.

20 eta 65 urte bitarteko euskal herritarren % 14,0k adierazi du "egunero edo ia egunero" botatzen dituela elikagaiak zakarrontzira. Bestalde, galdetutako pertsonen % 20,8k uste du elikagaiak "maiz" alferrik galtzen dituela. Bestalde, % 27,7k uste du "inoizbehinka" egiten duela. Eta % 37,5ek dio ez duela elikagairik botatzen "inoiz edo ia inoiz".

Horrela, hiru pertsonatik batek baino gehiagok (% 37,5) elikagaiak alferrik galtzearen aurkako jokabideak ditu, edo, gutxienez, hori egiteko pertzepzioa du.

Galdetutako pertsonaren adinak gora egin ahala, handitu egiten da inoiz edo ia inoiz elikagairik botatzen ez dutela adierazten duten elkarrizketatuen kopurua. 20-34 urtekoen artean, elikagaiak alferrik galtzen ez dituztenak guztizkoaren % 24,1 dira. Talde hori % 31,6ra igotzen da 35-49 urte bitartekoaren artean, eta bitik batera iristen da – % 50,5 – 50 urtetik gorakoaren artean.

#### *Etxean elikagaiak zakarrontzira botatzeko maiztasuna, sexuaren/adin-taldearen arabera*



1 grafikoa

Adinaz gain, badirudi gizonek eta emakumeek pertzepzio desberdina dutela etxean elikagaiak botatzeko maiztasunari dagokionez. Galdetutako hamar emakumetik lauk dio ez duela inoiz edo ia inoiz elikagairik botatzen (% 41,7). Gizonen kasuan, hamarretik hiru dira (% 33,4). Izan ere, gizonen % 18,1ek egunero edo ia egunero tiratzen du, eta emakumeen kasuan, datu hori % 9,8ra jaisten da.

Etxekoaren unitate motari dagokionez, badirudi elikagaiak alferrik galtzea saihesteko garatu diren jarraibideek edo jokabideek antzeko pertsona-talde bati eragiten diotela, etxekoaren unitatearen osararik aparte.

Hala ere, elikagaiak baztertzeko pertzepzioa dutenen artean, seme-alabarik gabeko bikoteek osatutako etxeak dira elikagaiak egunero edo maiz botatzen dituztela gutxien adierazten dutenak (% 25,7). Aldiz, bakarrik bizi diren pertsonak dira sarrien tiratzeko pertzepzioa dutenak (% 38,8), eta, ondoren, haurrak dituzten etxeen unitateak (% 37,5).

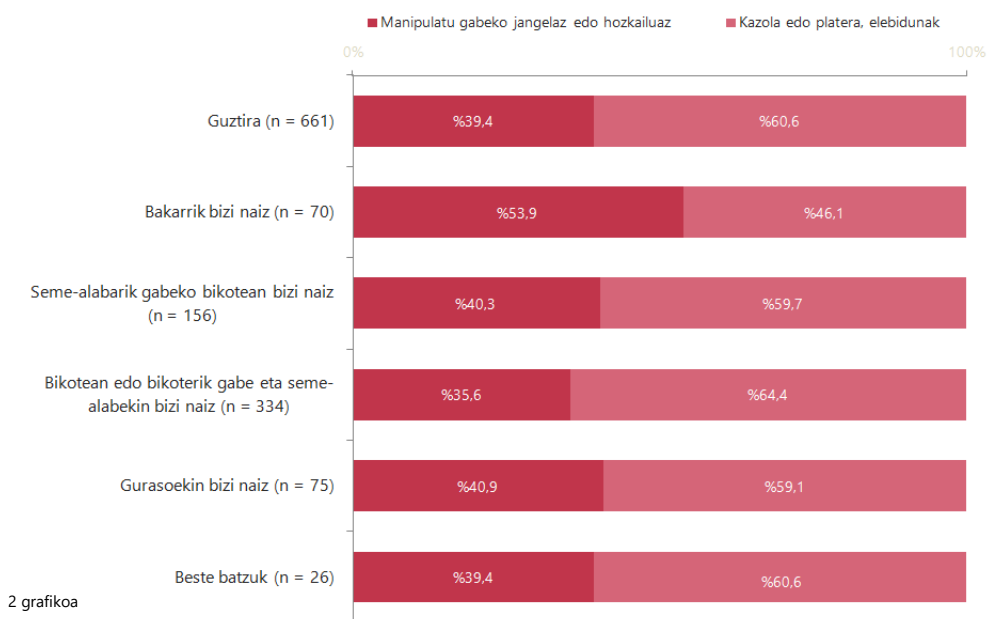
Eskema hori etxea osatzen duten kideen kopuruaren arabera azterketan errepikatzen da. Hala, zenbat eta pertsona gehiago bizi etxe berean, orduan eta biztanle gehiagok uste dute elikagaiak maiz edo ia egunero botatzen dituztela, modu intentsiboagoan. Lau kidez edo gehiagoz osatutako etxeetan, % 40,1ek dio maiz botatzen dituela elikagaiak zakarrontzira.

## 1.2.- Norberaren elikagaiak alferrik galtzeari buruzko ezagutza.

Etxean elikagaiak baztertzen dituztela uste duten euskal herritarrentzat, alferrik galdutakoaren % 60,6 lapikotik edo plateretik zuzenean botatzen diren produktu landuei dagokie. Azken batean, soberakinez ari gara. Bestalde, alferrik galdutako produktuen % 39,4 jangelan edo hozkailuan egon ondoren ukitu ez direnak dira, eta zakarrontzira botatzen dituztenak.

35 eta 49 urte bitarteko EAEko biztanleen artean, beste adin-talde batzuekin alderatuta, hazi egiten da elaboratu edo manipulatu gabe, ahaztuta edo iraungita dauden produktuak zuzenean baztertzen direlako pertzepzioa.

### *Elikagaiak alferrik galtzearen jatorria, etxe motaren arabera*



Baina, argi eta garbi, etxeen unitate mota edo hura osatzen duten pertsonen kopurua da desberdintasun handienak erakusten dituena. Horrela, bakarrik bizi diren pertsonak zuzenean hozkailutik edo jangelatik elikagaiak alferrik galtzen dituzte gehien; botatzen dituen produktu guztien % 53,9.

Aitzitik, seme-alabak dituzten etxekoen unitateek soberakinen atalean gehiago galtzen dute. Talde horretarako, aste jakin batean botatzen den guztiaren % 64,4 dira.

Etxekoen unitatearen tamainak agerian uzten du, berriz ere, portaera desberdina dagoela EAEko biztanleen artean. Pertsona bakar batek osatutako etxeetan bakarrik botatzen dira elikagai gehien: ahaztuak edo hozkailuan edo despentsan gaizki jartzen direnak eta manipulatu ez direnak. Aitzitik, etxekoen unitateko kideen kopurua handitu ahala, soberakinei ematen zaien pisua ere handitu egiten da etxekoen unitatearen guztizko hondakinetan.

### **1.3.- Baztertutako elikagaien kategoriak.**

Elikagaiak zuzenean jangelatik edo hozkailutik alferrik galtzea, manipulatu gabe, nagusiki produktu freskoaren bi kategoriatan zentratzen dela dirudi, gainerakoetatik oso urrun. Hemen, fruta da gehien alferrik galtzen den tipologia, kontsultatutako pertsonen % 62,4k aipatzen duen bezala. Oso gertutik, barazkiak (% 61,0), galdetutako hamar pertsonatik seik izendatuak.

Bigarren maila batean, hauek dira zaborretara joateko joera duten beste elikagai batzuk:

- Ogia (% 26,1)
- Esnekiak (% 20,0)
- Aurrez prestatutako produktuak/prestakinak (% 12,7)
- Haragiak (% 12,0)
- Arrainak (% 8,3)

Soberakinei dagokienez, hau da, dagoeneko elaboratu diren elikagaiei dagokienez, honako hauek daude:

- Lekaleak (% 29,2)
- Barazkiak (% 27,0)
- Arroza (% 24,3)
- Pasta (% 22,5)
- Haragiak (% 21,5)
- Arrainak (% 18,6)

### **1.4.- Euskal herritarrek elikagaiak botatzean adierazitako deserosotasun-maila.**

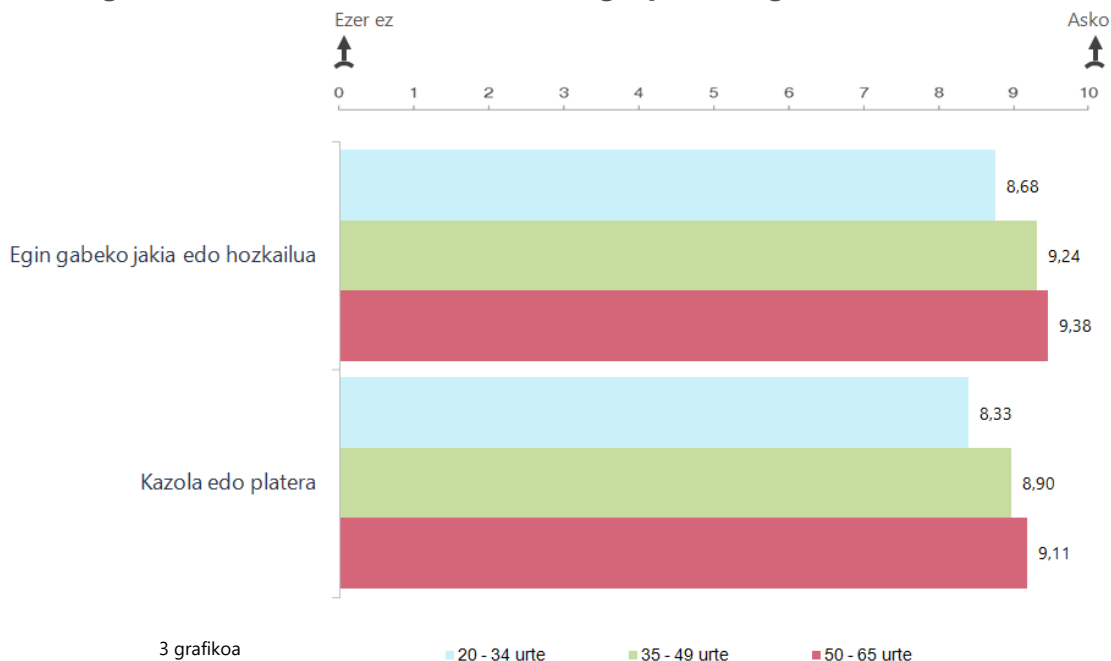
Herritarren % 77,1ek dio asko molestatzen zaiola erositako elikagaiak botatzea, eta ahaztu egiten dituztela edo hozkailuan edo jangelan hondatzen direla. Zehazkiago, % 62,2 0tik 10erako eskalaren goiko muturrean kokatu da, eta horretan 10 da enbarazurik handiena. Batez bestekoa 9,2 puntukoa da, oso balio altua.

Jaki horiek kozinatu gabe edo kontsumorako prestatu gabe botatzeko arrazoen artean, parte-hartzaileek batez ere diote elikagai horiek egoera txarrean daudela eta erretiratu egiten direla (% 9,2)

47,3) edo hozkailuan edo jangelan ahaztu egiten direla (% 45,2). Neurri txikiagoan, honako hauek ere aipatzen dira: erosteko unean iraungitze-datak ez berrikustea (% 26,4), zenbait produkturen balio-bizitza eskasa (% 25,4), plan-aldaketak, bazkaltzera edo afaltzera gehiago irteten direnak (% 17,7), erosteko unean antolaketarik ez izatea (%15,8), edo behar baino gehiago erostera bultzatzen duten eskaintzak eta deskontuak (% 10,1), besteak beste.

Janari landua, hau da, soberakinak, botatzeak sortzen duen enbarazu-mailari dagokionez, sentimendua ere handia da, baina pixka bat murrizten da elaboratu gabeko elikagaiekin alderatuta. Hemen, aitortutako batez bestekoa 8,8 puntukoa da, eta % 67,1 dira gogaikarrienak.

***Elikagaiak botatzeak zenbaterainoko eragozpena eragiten duen, adin-taldearen arabera***



Arrazoiei dagokienez, gehien bat behar baino anoa gehiago prestatzen dira, eta gehienek (% 56,5ek) alderdi hori aipatzen dute. Bigarren mailan beste arrazoi batzuk aipatzen dira, hala nola planak aldatzea eta etxetik kanpo bazkaltzera edo afaltzera gehiago irtetea (% 21,9), soberakina ez izoztea (% 20,9), soberakinekin zer motatako elaborazioak prestatu behar diren ez jakitea eta, beraz, irtenbiderik ez ematea (% 18,2), edo soberakinak gordetzeko nahikoa leku ez izatea (% 15,5).

**2. ELIKAGAIK ALFERRIK GALTZEAREN ORAINTSUKO BILAKAERA**

Euskal herritarrei galdetu zaie ea urtebetetik hona elikagai gehiago edo gutxiago bota dutela uste duten edo, aitzitik, ohiturak aldatu ez dituzten. Nabarmentzekoa da euskal herritarren pertzepziotik sortzen den balantze positiboa. Galdetutako pertsonen % 55,1ek uste du aurten aurrekoan baino elikagai gutxiago bota duela; gehienek. Bestalde, % 41,3k ez du aldaketarik ikusi, eta soilik % 3,6k adierazi du elikagaiak neurri handiagoan alferrik galdu dituela.

Neurri handiagoan alferrik galdu dutenen kasuan, ohituren aldaketa horren azpian dauden arrazoiak ez daude axolagabetasunarekin lotuta, baizik eta haur txikiak etxera iristearekin (% 19,1) eta horren ondorioz ezartzen diren errutina berriekin. Bestalde, planifikazio txikiagoaren xede, % 17,1ek gehiegi erosten dutela diote, eta % 14,8k elikagaiak iraungitzen direla edo gaizki jartzen direla. Era berean, ohiturak aldatzearekin zerikusia duten faktoreak jasotzen dira, hala nola, gutxiago prestatzea eta kanpora bazkaltzera gehiago irtetea (% 8,6) edo etxez etxeko janari asko eskatzea (% 2,6). Bakarrik bizi diren pertsonak ere uste dute nolabaiteko zailtasuna dagoela pertsona bakarreko etxea izanez gero erosketa doitua egiteko (% 4,2).

Bestalde, azken urtean hondakinak murriztu dituztela uste duten biztanleek jarraibide kontzienteekin lotzen dute, hala nola, kopuru txikiagoa erostea edo kozinatzea, errazioak doituz (% 30,1). Gainera, % 18,8k adierazi du kontzientziario handiagoa duela arazoaz, eta, horregatik, kontu handiagoa duela hondakinekin. % 12,8k diote dena aprobetxatzeko errezeta berriak martxan jartzen dituztela, eta % 11,5ek diote plangintza handiagoa dutela kontuan.

Inflazioak eta erosketa-saskiaren prezioen igoerak ere eragina dute etxekoen unitateen elikagai-hondakinen murrizketan, % 8,0k adierazten duen bezala, eta horri % 2,5 gehitu dakioke, aurrezkoa arrazoi gisa esplizituki aipatzen duena.

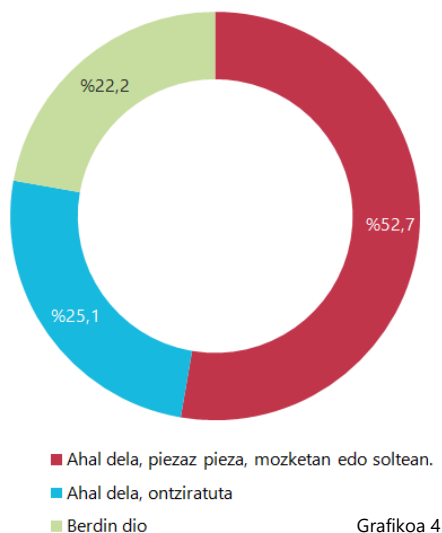
### 3. ELIKAGAIK ALFERRIK GALTZEKO OHITUREN ERAGINA

Zalantzarik gabe, kontsumitzailearen ikuspegitik elikagaiak alferrik galtzea murrizteko orduan eragin handiena duen faktoreetako bat da etxean elikagaiak erosteko eta kudeatzeko plangintza-ohitura batzuk izatea, hala nola saltokietara joan aurreko beharrak berrikustea, eta, hala, bultzadaz erostea saihestea, etxeko premien araberako pieza-kopurua, bereziki produktu fresko edo galkorretan, izozkailua edo elikagaiak kontserbatzeko beste tresna batzuk erabiltzea, etab.

Ilido horretan, ohitura horietako batzuek euskal kontsumitzaileen artean duten eragina ikusiko dugu jarraian:

- (% 13,5ek planifikatu ohi du zer jango duen, bere menuak, beti, eta % 26,9k ia beti. Beraz, hamar pertsonatik lauk etxean prestatuko dituzten menuen ideia argia dute (% 40,4). Aitzitik, % 15,4k ez du inoiz edo ia inoiz jango duena planifikatzen. Biztanleria gazteenaren artean hazten ari den taldea.
- Zabaldugo dago erostera joan aurretik janlekua edo hozkailua berrikusteko ohitura, eta hiru kontsumitzailetik batek (% 32,6) beti egiten duela esan du. Kasu horretan, emakumeek ehuneko bost puntu gainditzen dituzte ohitura hori burdinaz mantentzen duten gizonak.
- Elikadura freskoa eskuratzea nahiago den formatuari dagokionez, emaitzak banatuago daude, 4. grafikoan ikus daitekeen bezala.

## Ontziratutako produktuak vs soltean edo piezaz pieza hautatzea



- Badirudi kontsumitzaileek ontziratutako produktuen kontsumitzaileek baino gehiago tiratzen dutela erosterakoan. Kontsumitzaileen % 58,3k aukeratzen du soltean erosteko aukera, eta gizonen artean, berriz, % 47,1ek.
- Elikagaiak kontserbatzerakoan, 20 eta 65 urte bitarteko biztanleen % 29,7k izozkailua erabiltzen du elikagaiak antolatzeko, eta % 28,6k, ia beti. Produktuak kontserbatzeko izoztea oso urrun dago noizean behin bakarrik erabiltzen duten kontsumitzaileen % 17,9tik, edo zuzenean inoiz ez edo ia inoiz ez erabiltzen duten kontsumitzaileen % 17,9tik.
- Badirudi etxeko elikagaien kontserbazioaren kudeaketa ohikoagoa dela emakumeen artean, baita 50 urtetik gorakoen artean ere.

## 4.- ELIKAGAIAK ALFERRIK GALTZEARI BURUZKO JARRERAK ETA IRITZIAK

### 4.1.- Elikagaiak alferrik galtzearen aurka jarduteko gaitasuna.

Epigrafe honetan, euskal herritarrek elikagaiak alferrik galtzeari dagokionez dituzten jarrerak aztertzen dira. Lehenik eta behin, herritarrek hainbat kolektibo eta erakunderi (administrazio publikoa, komunikabideak, elikagaien industria edo kontsumitzaileak, besteak beste) egozten dieten arazo horren aurka jarduteko gaitasuna aztertzen da.

Lehenik eta behin, azpimarratu behar da euskal herritarrek uste dutela erakunde edo kolektibo guztiek gaitasun handia dutela elikagaiak alferrik galtzearen aurka jarduteko. Kolektibo guztiei emandako puntuazioak 7,0 puntutik gorakoak dira batez beste, 0tik 10era bitarteko eskalan.

Jarduteko gaitasunari dagokionez, etxeko kontsumitzaileak dira buru (8,31 puntu). Elikagaien industriak hurbiletik jarraitzen dio, elkarrizketatutako pertsonak gauzak aldatzeko gaitasun handia egozten baitiote (7,96 puntu).

Era berean, garrantzitsua da elikagaigintzako merkataritza-establezimenduei zein ostalaritzari, tabernei eta jatetxeei ematen zaien ekintza-marjina, biak batez beste 7,5 puntutik gora baitaude.

Beste maila batean daude, baina ez erantzukizunik gabe, euskal herritarrak: komunikabideak (7,29 puntu), administrazio publikoa (7,19 puntu) eta kontsumo-bulegoak (7,00 puntu).

Oro har, emakumeek zorrotzago jokatzen dute organismo edo kolektibo guztien elikadura-hondakinak murrizteko duten gaitasunari dagokionez.

Kontsumitzaileen adinari erreparatuz gero, kontuan hartu beharreko desberdintasun batzuk ikus ditzakegu. Alde batetik, badirudi 35 urtetik gorako biztanleria dela herritartasuna bera baino intentsitate handiagoarekin uste duena elikagai-alferrik galtzearen aurkako borrokan ekintza-marjina duen kolektibo nagusia, eta lehenengo postuan kokatzen du.

Aitzitik, 35 urtetik behera, elikagaien industriari begiratzen zaio, jarduteko gaitasun handiena duen industriari, kontsumitzaileei ematen zaien paperaren aurretik.

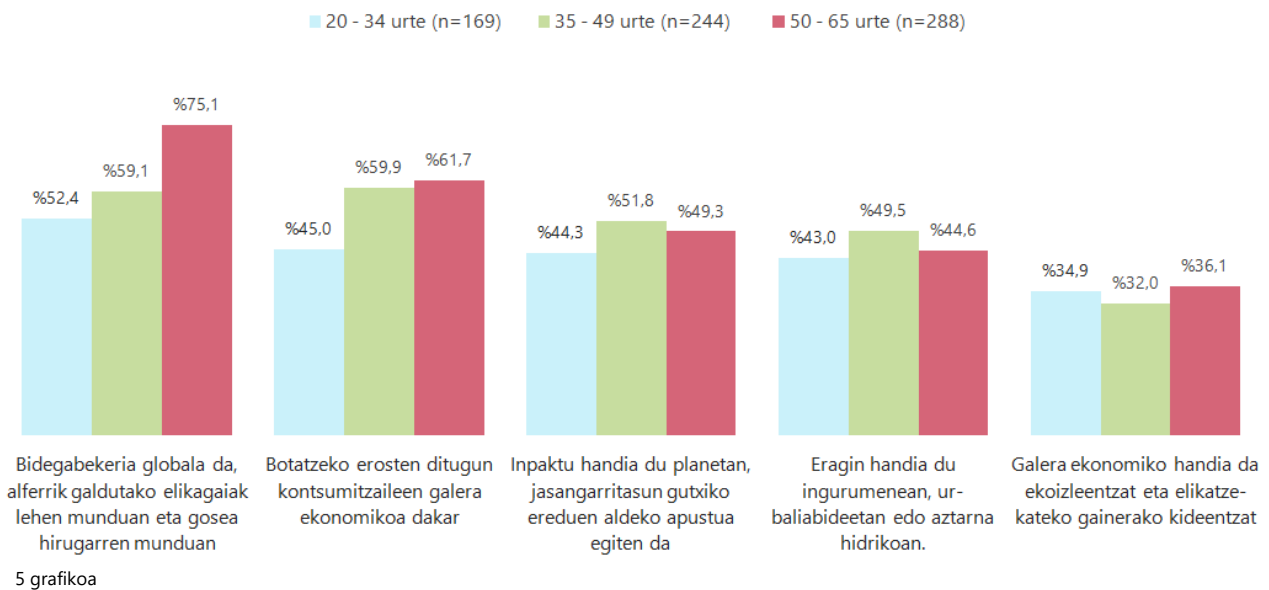
#### **4.2.- Elikagaiak alferrik galtzearen ondorioak identifikatzea.**

Sarritan ohartzen gara gure ingurune zuzenenean arazo jakin batek zer dakarren, baina, hala ere, ez ditugu horren kontuan hartzen haren ondorioak eskala globalago batean. Hori dela eta, euskal herritarrei galdetu zaie elikagaiak alferrik galtzeak gizartean dituen ondorio zuzenei buruz. Hona hemen haien iritzia:

- Euskal herritarren gehiengo batek ondorio nagusitzat aipatu du elikagaiak alferrik galtzeak bidegabekeria globala dakarrela, lehen mundua oparotasunean bizi den eta elikagaiak alferrik galtzen dituen planeta batean, eta hirugarren mundua, berriz, goseak dagoen bitartean (% 64,0), arazoaren ikuspegi globala agerian utziz. "Bidegabekeria sozialaren" dimentsio hori ageriago dago adin handiagoko biztanlerian, 50 urtetik gorakoetan.
- Era berean, gehienek fokua mikro mailara hurbiltzen dute eta kontsumitzaileen poltsikora apuntatzen dute. Hamarretik seik uste dute elikagaiak alferrik galtzea galera ekonomikoa dela kontsumitzaileentzat beraiantzat, gerora baztertu genituen produktuak erosten ditugulako (% 57,0).
- Talde txikiago batek elikagaiak alferrik galtzearen ondorioak ingurumen-inpakturantz bideratzen ditu, analisisian beste aldagai bat sartuz. Hala, % 49,0k uste du jasangarritasun gutxiko ereduaren aldeko apustuak, hau da, inpaktu handia duela planetan. Eta % 45,9k uste du elikagaiak alferrik galtzeak eragina duela ingurumenean, zehazki aztarna hidrikoari dagokionez. Iraunkortasunari lotutako ikuspegi hori finkatuago dago 35-49 urte bitarteko biztanlerian.
- (% 34,4k izendatu du), elikagaiak alferrik galtzea galera ekonomikoa da ekoizleentzat eta elikatze-kateko gainerako kideentzat.



## Elikagaiak alferrik galtzearen ondorio zuzenak, adin-taldearen arabera



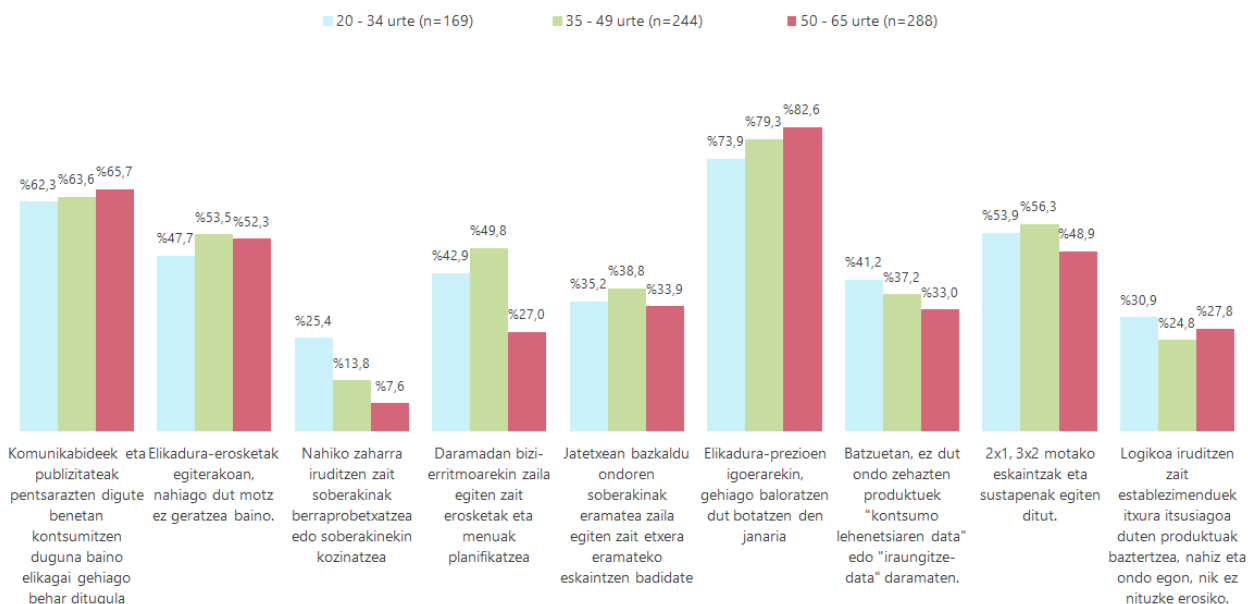
### 4.3.- Euskal herritarrek elikadura alferrik galtzeari buruz dituzten jarrerak.

Elikagaiak alferrik galtzearen aurrean euskal herritarrek dituzten jarrerak neurtzeko, elkarrizketatuei eskatu zaie elikagaiak alferrik galtzearekin lotutako hainbat analisi-dimentsio jasotzen dituzten baieztapenekin ados dauden edo ez adierazteko.

- Galdetutako euskal herritar ia zortzi ados daude, neurri handiagoan edo txikiagoan, "elikaduraren prezioen igoerarekin gehi botatzen den janariarekin" baieztapenarekin; % 79,3. Ildo horretan, badirudi bizi dugun inflazio-aldiak beste modu batera balioestea eragin duela etxetan elikagaiak alferrik galtzea.
- "Komunikabideek benetan kontsumitzen duguna baino elikagai gehiago behar ditugula sinetsarazten digute". Gehiengo horrek, nolabait, kontsumismo-maila handiagoa izatera bultzatzen du, komunikabideen eraginez.
- Egoera horrekin ez da harrizkoa kontsultatutako pertsona gehienak (% 52,7) ados egotea, neurri handiagoan edo txikiagoan, "2x1 edo 3x2 motako eskaintza eta sustapenei uko egiten diet" esaldiarekin.
- Era berean, argi dirudi oparotasunaren gizartean murgilduta gaudenez, herritarren % 51,6k uste izatea "elikadura-erosketak egiterakoan nahiago duela motz edo motz geratu baino".
- Iritziak banatuagoak edo aurkituagoak daude hainbat alderditan, hala nola daramagun bizi-erritmoan eta erosketak edo menuak planifikatzeko duten zailtasunean. % 38,8k hori sinatu du, baina % 34,8 aurka agertu da.

- Era berean, iritzi kontrajarriak daude, erositako produktuek "kontsumo lehenetsiaren data" edo "iraungitze-data" daramaten ala ez jakiteko, batzuetan kontsumitzaileentzat oharkabean pasatzen dena. Ildo horretan, % 36,4k nolabaiteko nahasmena edo arretarik eza onartzen du.
- Bestalde, biztanleriak oraindik positibotzat hartu ez dituen jokabide batzuk daude, eta erresistentzia jakin batzuk sortzen jarraitzen dute. Horien artean, adibidez, biztanleen % 35,9k adierazi du nolabaiteko presa ematen diela jatetxean bazkaldu ondoren soberakinak eramateko, baldin eta eramateko eskaintzen badizkiote. Horren alde daudenen ia proportzio bera.
- Era berean, lau kontsumitzailetik batek baino gehiagok (% 27,5ek) uste du logikoa dela elikagaigintzako merkataritza-establezimenduek itxura itsusiagoa duten produktuak baztertzea, nahiz eta egoera ezin hobean egon, haiek ere ez litzuketelako erosiko.
- Azkenik, hamar kontsumitzailetik sei argi eta garbi baieztapen honen aurka agertu dira: "nahiko zaharra iruditzen zait soberakinak berraprobetxatzea edo soberakinekin kozinatzea" (% 59,1). Ideia hori kontsumitzaileen % 14,1ek baino ez du babesten. Hala ere, gazteenen artean errotuago dago, 35 urtetik beherakoen artean, eta lautik batek (% 25,4k) horrela pentsatzen du.

### ***Herritartasun-tasa, zilarrezko baieztapenen arabera, adin-taldearen arabera***



6 grafikoa

## 5.- ELIKAGAIK ALFERRIK GALTZEAREN AURKAKO EKINTZEN INTZIDENTZIA

### 5.1.- Herritarren ekimenak elikagaiak alferrik galtzearen aurka.

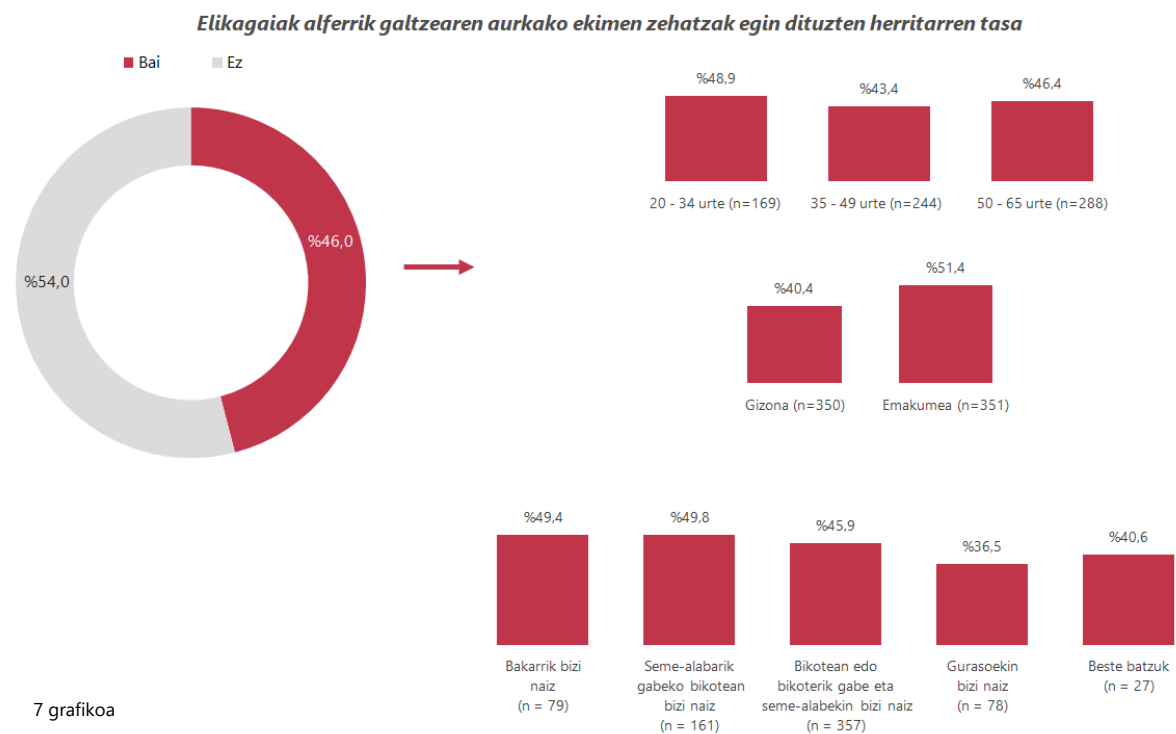
EAEko herritarren % 46,0k adierazi du elikagai-hondakinen aurkako ekintzaren bat ezarri duela modu pertsonalean. Ildo horretan, ekimena nabarmenagoa da emakumeen artean: emakumeen % 51,4 eta gizonen % 40,4.

Adinak ere ekintzarako urrats handiagoa erakusten du gazteenen artean, 35 urtetik beherakoen artean. Era berean, bakarrik bizi diren pertsonak eta ondorengorik gabeko bikoteek osatutako etxeetan bizi direnak.

Garatutako ekintzen artean, batez ere gutxiago erosteko edo kozinatzeko asmoa dago, edo alferrik ez galtzeko bidezkoa dena (% 25,5). Halaber, % 17,6k adierazi du soberakinak aprobetxatzen dituela edo horiekin errezeta berriak egiten dituela. Bestalde, % 15,0 bazkariak edo erosketak planifikatzen hasi dira. Lehen kontuan hartzen ez nuen portaera.

Era berean, modu espontaneoan aipatzen dira app-ak erabiltzea elikagaiak alferrik galtzearen aurka (% 11,8), elikagaiak izoztea (% 9,6), janaria edo dohaintzak ematea elikagai-bankuari (% 7,3) edo iraungitze hurbileko produktuak erostea (% 5,7), besteak beste.

### Elikagaiak alferrik galtzearen aurkako ekimen zehatzak egin dituzten herritarren tasa



## 5.2.- Elikagaiak alferrik galtzearen aurkako app-ak ezagutzea eta erabiltzea.

Azken urteotan, aplikazioak garatu dira, batetik, merkataritza- eta ostalaritza-establezimenduak batzen dituztenak, eta, bestetik, kontsumitzaileak berak batzen dituztenak, egoera onean dauden produktuak alferrik galtzea saihesteko; izan ere, produktu horiek egunaren amaieran baztertu egingo lirateke saltzen ez badira edo irteerarik ez badute. Kontsumitzaileak prezio onuragarriagoan eros ditzake.

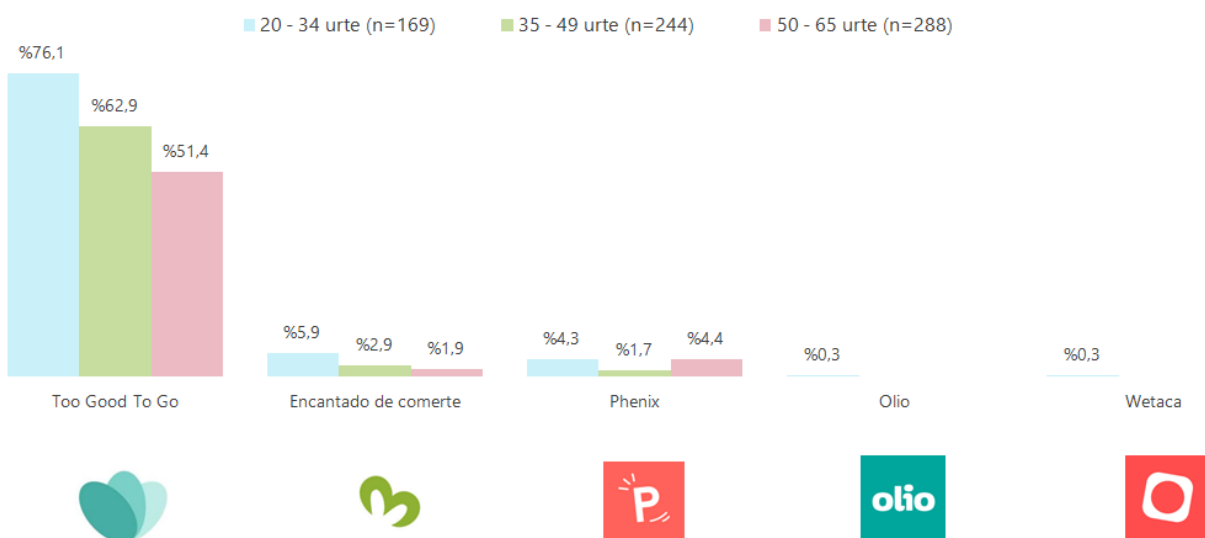
Egoera onean dauden elikagai-sortak "salbatzeko" sortutako app horien nabaritasuna eta erabilera sakonago aztertu da 20 eta 65 urte bitarteko euskal biztanleei egindako inkesta honetan.

Horri buruz berariaz galdetuta, elkarrizketatutako hamar pertsonatik seik dio badakiela elikagaiak alferrik galtzearen aurkako aplikazioren bat. Ezagunena Too Good To Go da, gainerako erreferentzietatik oso urrun (% 61,4).

Beste aplikazio batzuek, hala nola Encantado de comerte edo Phenix-ek, nabarmentasun nabarmen txikiagoa lortzen dute. Bestalde, hondar gisa bada ere, beste aukera batzuk ere izendatu dira, elikagaiak alferrik galtzea murrizten lagun dezaketenak. Horien artean, Wetaca, janari tupperrak eskaintzen dituen ainoa justuarekin, edo Olio, erabiltzaileak harremanetan jartzen dituen erabiltzen ez dutena partekatzeko, elikadura barne.

Tresna mota horiek ezagutzeak lotura argia du elkarrizketatutako pertsonaren belaunaldiarekin: 20-34 urte bitarteko adin-taldea nabarmentzen da, eta behera egiten du kontsumitzailearen adinak gora egin ahala. Azken finean, belaunaldi gazteenek naturaltasun osoz erabiltzen dituzten aplikazio teknologikoak dira.

### *Elikagaiak erreskatatzeko app-ak ezagutzea, adin-taldearen arabera*



8 grafikoa

Aplikazio horiek ezagutzeaz gain, erabilera-maila bereiz aztertzeko atal bat da. Ildo horretan, kontsultatutako pertsonen % 40,0k diote noizbait erabili dutela Too Good To Go bezalako app bat elikagai-paketeren bat salbatzeko. Hasteko, app-aren ezagutza da nagusi, kontuan hartuta, gainera, laginketa internauten panel bati buruzkoa dela; hala ere, alde handia dago aukera hori probatzerakoan; ehuneko hogeitatu puntu baino gehiago gutxiago.

Eta Too Good To Go bezalako aukera horiek probatu dituztenak, funtsean, jatorrizko biztanleria digitala dira, 35 urtetik beherakoa.

Oro har, euskal kontsumitzaileek oso positibotzat jotzen dituzte aplikazio horiek, bestela baztertuko liratekeen elikagai-sortak salbatzeko. % 33,1ek oso interesgarritzat jotzen du, eta % 38,6k, nahiko interesgarritzat. Balorazio hori positiboa da adin-talde guztietan, baina zertxobait handiagoa da 35-49 urtekoen taldean.

Hala ere, kontsumitzaile diren aldetik, haien egokitasun-maila ezartzerakoan, emaitzak nabarmen jaitsi dira. Hemen, % 13,6k uste du oso egokia dela erosle gisa bere buruarentzat, eta % 28,3k uste du nahiko egokia dela. Bestalde, % 34,8 tarteko posizioan dago, eta % 23,3 oso urrun, ez baita egokia edo ez da batere egokia.

## 6. KANPAINAK KONTZIENTZIATZEKO ETA IKUSTEKO BEHARRA

Elkarrizketatutako euskal herritar gehienek uste dute bidea egin behar dela oraindik euskal gizartean elikagaiak alferrik galtzeari buruzko kontzientziazioan. % 50,2k adierazi du "kontzientziazio handia" behar dela, eta % 36,7k uste du "nahiko beharrezkoa" dela. Bestalde, biztanleriaren % 13,2k ez du ikusten elikagaiak alferrik galtzearen eta horren ondorioen berri emateko hainbesteko premiarik.

Emakumeak eta adineko biztanleak dira gizartean arazo horren inguruko kontzientziazio handiagoa behar dutenak.

Ildo horretan, Eusko Jaurlaritzak eta Elikak egindako "Janaria ez da botatzen" kanpainaren irudi bat erakutsi da, haren nabaritasuna eta oroitzapen-maila neurtzeko helburuarekin.



Galdetutako biztanleen % 24,6k esan du kanpaina ikusi duela, neurri handiagoan edo txikiagoan. Aitzitik, % 73,6k ez du gogoratzen edo ez zaio iruditzen.

Kanpainaren oroitzapena gehiago ugaltzen da gizonzkoen artean emakumezkoen artean baino (% 28,6 eta % 24,3, hurrenez hurren). Gazteenen artean ere bai, 35 urtetik beherakoen artean – % 34,4 –, baita Gipuzkoako lurralde historikoan ere (% 30,1).

## 7. AZKEN GOGOETAK

Azken urteotan, elikagaiak alferrik galtzearen arazoa eta horren ondorioak erakundeen agendan agertzen dira, eta kezka global gisa eratzten dira, elikadura-katearen hainbat etapatan dauden hainbat eragile, kolektibo eta organismo inplikaturik, elikagaien ekoizpenetik hasi eta azken kontsumitzailearenganaino.

Urte honetako urtarrilean, elikagaiak galtzeari eta alferrik galtzeari aurrea hartzeko Legea onartu da. Azken batean, lege-esparru horrek prebentzioan eta kontzientziazioan jarri nahi du arreta.

Euskal herritarrek ez diote ihes egiten elikagaiak alferrik galtzearen inguruko kezka global horri, azterlan honetan egiaztatu ahal izan dugun bezala.

Eta horren erakusgarri dira lortutako adierazleetako batzuk:

- Alde batetik, euskal kontsumitzaileari nabarmen molestatzen zaio elikagaiak zakarrontzira botatzea. Adierazten duen intentsitate-maila 9,2 puntukoa da, batez beste, 0tik 10era bitarteko eskala batean, elikagai gaiztoak jartzen, iraungitzen eta jangelatik edo hozkailutik nolabait prestatu edo manipulatu gabe erretiratzen direnak aipatzen ditugunean. Baina, era berean, altua da (8,8 puntu) kazolan edo platerean gera daitezkeen soberakinei, prestatutako elikagaiei buruz ari garenean.
- Bestalde, galdetutako pertsonen % 46,0k adierazi du ekimen zehatzen bat ezarri duela modu pertsonalean, etxean elikagaiak alferrik ez galtzeko. Kontzientziaziotik haratago, ekintzarako urratsa.
- Halaber, elkarrizketatutako herritarren % 55,1ek uste du azken urtean aurreko urtean baino elikagai gutxiago alferrik galdu duela.

Azken urtean elikagaiak alferrik galtzea murriztu egin da, eta ideia hori arazo horren gaineko kontzientzia handiagoa izateak eragin du, eta, beraz, ekintzak edo kontsumo-ohituretan aldaketa txikiak implementatzeak, hala nola, etxeko premietara hobeto egokituta erostea edo kozinatzea, erosketen plangintza eta antolaketa handiagoa izatea, elikagaiak hobeto kontserbatzen saiatzea eta abar.

Baina zalantzarik gabe, bizi dugun inflazio-aldiak, erosketa-saskiaren prezioen igoerarekin batera,

aldaketa ekarri du kontsumitzailearen ikuspegian arazo horri dagokionez. Orain bestela ikusten da, % 79,3k dioen bezala.

Bestalde, garrantzitsua da euskal gizartea, oro har, kolektibo gisa zokoratzea, elikadura-alferrik galtzearen aurkako borrokan jarduteko gaitasunaren zati handi bat.

Eta, itxura guztien arabera, ez bezala, elikagaien industriari edo elikagaigintzako merkataritza-establezimenduei edo ostalaritzari egotzitakoen aurretik dago soberakinak maneiatzeari dagokionez.

Alde batetik, kontsumitzaileak eta, bestetik, merkataritza- eta ostalaritza-establezimenduak elkartzen dituzten elikagaiak alferrik galtzearen aurkako app-ak garatu eta ezartzeak, hurrengo egunean merkaturatuko ez liratekeen egoera onean dauden elikagai-sortak saltzera bideratuak, harrera bikaina izan du herritarren artean. Galdetutako hamarretik seik ezagutzen du aplikazioen bat, eta Too Good To Go da nabarmenena.

Oro har, aplikazio horiek oso ondo baloratuta daude, nahiz eta azkenerako erabiltzea profil guztietarako egokia ez izan. Izan ere, pack-ak salbatzeko urratsa eman dutenak, batez ere, gazteagoak eta kontzientziatuagoak dira.

Elkarrizketatutako euskal herritarrek uste dute elikagaiak alferrik galtzeko arazoak inpaktu handia eragiten duela gizartean, maila globalean. Baina mikro mailan ere, eragin ekonomiko handia eragiten du kontsumitzaileen poltsikoan.

Beharbada, ingurumenean eragiten duen inpaktuak ez du ikusgarritasun bera, ezta produkzio-sektorean ere, eta, beraz, oraindik badago hobetzeko tarterik haren dimentsio anitzen ulermenean.

Ildo horretan, euskal herritarrek argi ikusten dute gizartearen kontzientziazioan aurrera egiten jarraitu behar dela, "Janaria ez da botatzen" kanpainaren moduko ekimenekin.

