



Vedeli ste, že 69 % mileniálov zverejňuje na sociálnych siet'ach fotografie svojich jedál?

A videli ste aj ľudí, ako si fotografujú svoje jedlo, a kládli ste si otázku, prečo to robia? Mohol by to byť náznak hlbšej transformácie našich stravovacích návykov? Mileniáli (ľudia vo veku 21 až 35 rokov) sú v porovnaní so staršími generáciami s väčšou pravdepodobnosťou vegetariáni alebo vegáni a kupujú si výrobky s vyšším profilom udržateľnosti. Možným vysvetlením tohto javu by mohlo byť, že považujú **zdravú a udržateľnú stravu za súčasť svojej identity** [1]. Okrem toho **dve tretiny spotrebiteľov v EÚ sú otvorené zmenám svojich stravovacích návykov z environmentálnych dôvodov** [2], ale skutočnou výzvou zostáva identifikácia možností trvalo udržateľného stravovania.

Nálepky označujúce udržateľnosť, ako napríklad „prírodný“, „uhlíkovo neutrálny“ alebo „získaný z udržateľných zdrojov“, sú čoraz rozšírenejšie. Aby však mali skutočne vysokú hodnotu, museli by zohľadňovať vplyv udržateľnosti celého hodnotového reťazca.

[1] „Potraviny v priebehu roka: Prieskum odhaľuje stravovacie a spotrebné návyky mileniálov“

<https://www.foodnavigator-usa.com/article/2019/08/28/a-year-in-food-survey-reveals-millennials-eating-and-spending-habits>

[2] „Väčšina spotrebiteľov v EÚ je otvorená udržateľnejšiemu stravovaniu, no stoja pred prekážkami, ukazuje nový prieskum“ <https://www.beuc.eu/publications/most-eu-consumers-open-eat-more-sustainably-face-hurdles-new-survey-shows/html>

O akej téme by ste sa chceli dozvedieť viac? [Pošlite nám svoj tip.](#)



Ak nechcete viac dostávať tento newsletter,
odhláste sa kliknutím na tento [odkaz](#).