



**Πλαστικά Μιας Χρήσης
στην Ελλάδα:
Πού Βρισκόμαστε 4 Χρόνια Μετά
την Ψήφιση του Νομοσχεδίου**

Περιεχόμενα

Εισαγωγικό Σημείωμα	3	Αντιλαμβανόμενη Εφαρμογή Θετικών Περιβαλλοντικών Μέτρων σε Σημεία Πώλησης	19
Μέρος Α			
Ένα Τεράστιο Πλαστικό Πρόβλημα	6	Συχνότητα Αγοράς και Χρήσης Προϊόντων μιας Χρήσης	20
Η Ευρωπαϊκή Ένωση ως Μέρος της Λύσης	7	Συμπεριφορά ως προς τη Χρήση Πλαστικών/Χάρτινων Προϊόντων μιας Χρήσης Εκτός Σπιτιού	21
Νομοθετικό Πλαίσιο στην Ελλάδα	8	Συμπεριφορά ως προς τη Χρήση Πλαστικών/Χάρτινων Καλαμακίων Εντός ή Εκτός Σπιτιού	22
Μέρος Β			
Ερευνητικοί Στόχοι	11	Συμπεριφορά ως προς τη Χρήση Προϊόντων μιας Χρήσης που Συνοδεύουν τα Έτοιμα Γεύματα	23
Μεθοδολογία & Ταυτότητα Έρευνας	11	Συμπεριφορές στα Καλαμάκια μιας Χρήσης Εκτός Σπιτιού Κοινά	24
Ευρήματα Ποσοτικής Διερεύνησης	11	Συμπεριφορές στα Καλαμάκια μιας Χρήσης Εντός Σπιτιού Κοινά	26
Υιοθέτηση Πρακτικών για τη Μείωση των Πλαστικών μιας Χρήσης	13	Επιλογή Προϊόντος μιας Χρήσης στο Σημείο Πώλησης	27
Γνώση για το Νομοσχέδιο	14	Λόγοι μη Επιλογής Χάρτινου Καλαμακίου	29
Αντιλαμβανόμενη Αποτελεσματικότητα Εφαρμογής Νομοσχεδίου	14	Βαθμός Συμφωνίας με Περιβαλλοντικά Statements	30
Αντιλαμβανόμενη Αποτελεσματικότητα των Ειδικών Περιβαλλοντικών Εφαρμογών	15	Περιβαλλοντικά Statements Ανάλογα με την Επιλογή Καλαμακίου	31
Γνώμη για το Νομοσχέδιο και Επίπεδα Συμφωνίας με τις Ειδικές του Εφαρμογές	16	Μέρος Γ	
Συμφωνία με τη διάθεση μόνο χάρτινων καλαμακίων σε διαφορετικά κοινά	17	Παρατηρήσεις επί των Ευρημάτων	34
Επίπεδα Γνώσης και Συμφωνίας για την Εφαρμογή Περιβαλλοντικού Τέλους	18	Συμπεράσματα Έρευνας	36
		Πηγές	39

Εισαγωγικό Σημείωμα

Βρισκόμαστε λίγο πριν από την έναρξη της φετινής τουριστικής σεζόν. Κάθομαι σε ένα καφέ στο λιμάνι της Τήνου με το laptop ανοιχτό και βάζω τις τελευταίες πινελιές στην έκθεση που κρατάτε τα χέρια σας, η οποία καταδεικνύει ότι, μια τετραετία περίπου μετά την ψήφιση ενός αυστηρού νομοθετικού πλαισίου για τον περιορισμό των πλαστικών μιας χρήσης στην Ελλάδα, η συμμόρφωση έχει υπάρξει μερική.

Στην έκθεση που ακολουθεί μιλάμε επιγραμματικά για το μεγάλο πλαστικό πρόβλημα που αντιμετωπίζουμε παγκοσμίως και για το τι προσπαθούσε να πετύχει η σχετική νομοθεσία στην περίπτωση της χώρας μας. Στη συνέχεια παρουσιάζουμε τα αποτελέσματα της πανελλαδικής έρευνας που πραγματοποιήσαμε, σε συνεργασία με την QED, για τις πεποιθήσεις και τις συνήθειες της κοινής γνώμης στα ζητήματα αυτά. Τέλος, συζητάμε τα ευρήματα, ανιχνεύοντας κάποιες κατευθύνσεις για το πώς μπορεί να επιτευχθεί υψηλότερο ποσοστό συμμόρφωσης τα επόμενα χρόνια.

Σε ό,τι αφορά τα ευρήματα που προκύπτουν από την έρευνά μας, πέρα από την επιβεβαίωση της αίσθησης ότι αρκετά από τα πλαστικά είδη που είχαν απαγορευτεί έχουν παρεισφρήσει εκ νέου στην καθημερινότητα, υπάρχει ένα ακόμη στοιχείο που εντυπωσιάζει και οφείλει να μας απασχολήσει. Η στάση των νέων. Πλήθος ερευνών διεθνώς αποτυπώνει την έντονη περιβαλλοντική ευαισθησία των νεότερων γενεών – γιατί όμως στη χώρα μας, με βάση τα ευρήματα, μοιάζει να αδιαφορούν, συγκριτικά με άλλες δημογραφικές ομάδες, για το ζήτημα των πλαστικών;

Στο τραπέζι παραδίπλα μου κάθεται ένα κοριτσάκι δεκατεσσάρων ή δεκαπέντε χρονών που μόλις έφτασε στο νησί για τις πασχαλινές διακοπές. Παραγγέλνει έναν χυμό και λέει με ενθουσιασμό στον σερβιτόρο που την εξυπηρετεί: «Αχ! Σας αγαπώ! Πλαστικό καλαμάκι; Τέλειο!».

Σκέφτομαι να σηκωθώ και να της μιλήσω – η σύμπτωση μοιάζει διαβολική! Να τη ρωτήσω γιατί της προκαλεί ενθουσιασμό το συγκεκριμένο είδος. Αν ξέρει για τη νομοθεσία. Αν γνωρίζει τη ζημιά που προκαλούν τα πλαστικά μιας χρήσης.

Κοντοστέκομαι. Οι γενιές πριν από τη δική της μάλλον δεν έχουμε το δικαίωμα στη... νοθεσία. Έχουμε την υποχρέωση για καταγραφή, επεξήγηση, κατανόηση, δράση. Την υποχρέωση να προσφέρουμε τροφή για σκέψη για την επίλυση των μικρών και των μεγάλων προβλημάτων που κληροδοτούμε σε εκείνους και εκείνες που έρχονται.

Ελπίζω, στην κλίμακα που μας αφορά, η έρευνά μας αυτή να συνεισφέρει σε αυτό ακριβώς.

Μαριάννα Σκυλακάκη

CEO, αθηNEA

Μέρος Α

Ένα Τεράστιο Πλαστικό Πρόβλημα

Ήδη από το 2017, στην αθηΝΕΑ μας είχε απασχολήσει το «τεράστιο πλαστικό πρόβλημα» που αντιμετωπίζουν οι ωκεανοί μας, με την ειδικό σε ζητήματα περιβαλλοντικής βιωσιμότητας και στρατηγικής Ελένη Ανδρεάδη να τονίζει σε άρθρο της [1] την επιτακτική ανάγκη να μεταβούμε σε μια «νέα πλαστική οικονομία» που «προϋποθέτει τον ριζικό επανακαθορισμό της σχέσης μας με αυτό το προϊόν ορυκτών καυσίμων».

Πράγματι, σε συντριπτικό βαθμό, το πλαστικό κατασκευάζεται από χημικές ουσίες που προέρχονται από ορυκτά καύσιμα [2]. Από τη δε εφεύρεσή του στις αρχές του 20ού αιώνα μέχρι σήμερα, έχει γίνει αναπόσπαστο μέρος της παγκόσμιας οικονομίας και της καθημερινότητάς μας, προσφέροντας πλεονεκτήματα και πλήθος εφαρμογών. Σε αυτή την έρευνα επικεντρωνόμαστε στις πλαστικές συσκευασίες, οι οποίες αποτελούν μια από τις πιο διαδεδομένες τέτοιες εφαρμογές – το ¼ περίπου από τα πλαστικά προϊόντα που χρησιμοποιούμε [3].

Η διάδοση της χρήσης των πλαστικών συσκευασιών, από τα μέσα περίπου του προηγούμενου αιώνα, δεν προέκυψε βέβαια τυχαία. Η ανθεκτικότητα του πλαστικού έναντι εξωτερικών παραγόντων όπως το φως ή η υγρασία βοήθησε στην παράταση της διάρκειας ζωής ευπαθών προϊόντων μέσω των πλαστικών συσκευασιών. Οι πλαστικές συσκευασίες πρόσφεραν, επίσης, σχεδιαστική ευελιξία, καθώς μπορούσαν να διατεθούν σε ευρεία γκάμα σχημάτων, μεγεθών και μορφών. Την ίδια στιγμή, χάρη στο χαμηλό βάρος τους, μείωναν τα κόστη μεταφοράς προϊόντων, ενώ προτιμήθηκαν έναντι γυάλινων ή μεταλλικών συσκευασιών ως οικονομικά αποδοτικότερες εναλλακτικές.

Ως αποτέλεσμα, σύμφωνα με το United Nations Foundation [4], σήμερα παράγονται ετησίως πάνω από 430 εκατομμύρια μετρικοί τόνοι πλαστικού. Τα δύο τρίτα εξ αυτών εκτιμάται ότι απορρίπτονται ως απόβλητα μετά από μία μόνο χρήση. Παράλληλα, 11 εκατομμύρια μετρικοί τόνοι πλαστικών υπολογίζεται ότι εισέρχονται στους ωκεανούς μας κάθε χρόνο, επιπλέον των 200 εκατομμυρίων μετρικών τόνων που εκτιμάται ότι έχουν ήδη περιέλθει στο θαλάσσιο περιβάλλον τα προηγούμενα χρόνια, σύμφωνα με δεδομένα από το Ocean Conservatory [5]. Με τον ρυθμό που κινούμαστε, μέχρι το 2050 στους ωκεανούς μας θα υπάρχει περισσότερο πλαστικό παρά ψάρια [6]! Αποτελεί αυτό πρόβλημα; Ναι, για μια σειρά από λόγους.

Καταρχήν, το πλαστικό, εξαιτίας της μεγάλης ανθεκτικότητάς του –της ίδιας δηλαδή ιδιότητας που έκανε τη χρήση του τόσο δημοφιλή όλες αυτές τις δεκαετίες– χρειάζεται από 20 μέχρι 500 χρόνια να αποσυντεθεί στη φύση [7]. Στην πορεία, διασπάται σε μικρά κομματάκια, τα οποία ονομάζουμε μικροπλαστικά. Αυτά τα μικροπλαστικά, με διάμετρο μικρότερη από 5 χιλιοστά, βρίσκονται παντού [8]. Σύμφωνα με τον ΟΗΕ, το 2017 υπήρχαν τουλάχιστον 51 τρισεκατομμύρια μικροπλαστικά σωματίδια στους ωκεανούς (για ένα μέτρο σύγκρισης, 500 φορές περισσότερα από τα αστέρια στον γαλαξία μας [9]), ενώ μικροπλαστικά έχουν βρεθεί στα πιο παράξενα μέρη. Από τον πάγο της Ανταρκτικής [10], τα έντερα ζώων στα βάθη του ωκεανού [11], την ομίχλη που περιβάλλει τα όρη Φούτζι και Ογιάμα της Ιαπωνίας [12] μέχρι το πόσιμο νερό σε σημεία σε ολόκληρο τον πλανήτη [13].

Τα μικροπλαστικά στη θάλασσα συχνά αποτελούν τροφή για ψάρια, τα οποία στη συνέχεια καταλήγουν στο τραπέζι μας και, ως εκ τούτου, στο ανθρώπινο σώμα. Οι επιπτώσεις που

μπορεί να έχει η κατανάλωση μικροπλαστικών για την υγεία –τη δική μας αλλά και εκείνη των ζώων– διερευνάται από την επιστημονική κοινότητα, ένα πεδίο που βρίσκεται ωστόσο στα πρώτα του βήματα [14]. Ωστόσο, η ζημιά που προκαλούν τα πλαστικά στο περιβάλλον δεν συνδέεται μόνο με τα μικροπλαστικά. Μεγαλύτερα πλαστικά αντικείμενα, όπως οι πλαστικές σακούλες, τα μπουκάλια και τα δίχτυα αλιείας, απειλούν επίσης τη βιοποικιλότητα των ωκεανών, ρυπαίνοντας παράλληλα το θαλάσσιο και παράκτιο περιβάλλον. Μην ξεχνάμε, τέλος, τη συνεισφορά της παραγωγής πλαστικών στην έκκριση εκπομπών CO₂ [15], αλλά και την κατάχρηση πεπερασμένων φυσικών πόρων, όπως είναι το νερό [16].

Η Ευρωπαϊκή Ένωση ως Μέρος της Λύσης

Ποια είναι η κατάσταση που επικρατεί στην ευρύτερη περιοχή μας; Σύμφωνα με δεδομένα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής [17], κάθε χρόνο παράγονται στην Ευρωπαϊκή Ένωση περίπου 26 εκατομμύρια μετρικοί τόνοι πλαστικών απορριμμάτων, εκ των οποίων μόνο το ένα τρίτο ανακυκλώνεται. Ένα μέρος των απορριμμάτων εξάγεται σε χώρες εκτός ΕΕ για επεξεργασία, ενώ το υπόλοιπο καταλήγει σε χώρους υγειονομικής ταφής, αποτεφρώνεται ή ρυπαίνει το φυσικό περιβάλλον.

Με αυτά τα δεδομένα, οι πλαστικές ύλες είναι ένας από τους επτά τομείς που η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει ορίσει ως κρίσιμους για την επίτευξη μιας κυκλικής οικονομίας έως το 2050 [18]. Στο πλαίσιο αυτό, η ΕΕ φιλοδοξεί να πρωτοστατήσει στη μείωση των πλαστικών αποβλήτων, υιοθετώντας από το 2018 μια ολοκληρωμένη στρατηγική [17]. Αυτή περιλαμβάνει μια σειρά από μέτρα, όπως η αύξηση του ποσοστού ανακύκλωσης των πλαστικών, η απαγόρευση συγκεκριμένων πλαστικών υλικών, καθώς και η απαγόρευση των πλαστικών προϊόντων μιας χρήσης.

Σε ό,τι αφορά τα πλαστικά μιας χρήσης πιο συγκεκριμένα, το 2019 θεσπίστηκαν από το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και την Ευρωπαϊκή Επιτροπή μια σειρά νέων κανόνων που αφορούν τα 10 πιο διαδεδομένα πλαστικά προϊόντα μιας χρήσης στις ευρωπαϊκές ακτές και τα απολεσθέντα αλιευτικά εργαλεία – δύο ομάδες απορριμμάτων που αντιπροσωπεύουν από μόνες τους το 70% των θαλάσσιων απορριμμάτων [20].

Η Οδηγία (ΕΕ) 2019/904 [21] σχετικά με τη μείωση των επιπτώσεων ορισμένων πλαστικών προϊόντων στο περιβάλλον θεσπίζει τα ακόλουθα [20]:

- Πλήρης κατάργηση των πλαστικών μιας χρήσης για τα οποία υπάρχουν διαθέσιμα υποκατάστατα (μαχαιροπίρουνα, πιάτα, καλαμάκια, μπατονέτες, αναδευτήρες ποτών και καλαμάκια στήριξης μπαλονιών).
- Περιορισμός της χρήσης πλαστικών δοχείων τροφίμων και ποτηριών μέσω του καθορισμού εθνικών στόχων μείωσης, της προσφοράς εναλλακτικών προϊόντων στα σημεία πώλησης, ή της διασφάλισης ότι τα πλαστικά προϊόντα μιας χρήσης θα επιβαρύνονται από κάποιο τέλος.
- Υποχρέωση των κατασκευαστών να συμμετέχουν στο κόστος της διαχείρισης αποβλήτων και του καθαρισμού, καθώς και των μέτρων ευαισθητοποίησης για δοχεία, προϊόντα καπνού με φίλτρο, υγρά μαντιλάκια κ.λπ.

- Υποχρέωση των κρατών-μελών να συλλέγουν το 90% των πλαστικών δοχείων για ποτά από το 2025, π.χ. μέσω συστημάτων εγγύησης και επιστροφής.
- Υποχρέωση τυποποιημένης επισήμανσης η οποία θα αναφέρει τον τρόπο διάθεσης των σχετικών αποβλήτων, τις αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις του προϊόντος και την παρουσία πλαστικών υλών στο συγκεκριμένο προϊόν.
- Ενίσχυση της ευαισθητοποίησης των καταναλωτών¹.

Ως εκ τούτου, οι χώρες της ΕΕ είχαν προθεσμία έως τον Ιούλιο του 2021 για να εντάξουν τους νέους κανόνες στην εθνική νομοθεσία τους.

Νομοθετικό Πλαίσιο στην Ελλάδα

Στη χώρα μας ήδη από το 2018 καταβάλλεται περιβαλλοντικό τέλος για τις πλαστικές σακούλες μεταφοράς (ΚΥΑ 180036/952/2017), ενώ τον Οκτώβριο του 2020 η Ελλάδα έγινε ένα από τα πρώτα κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης που ενσωμάτωσε στο εθνικό του δίκαιο την ευρωπαϊκή οδηγία για τη μείωση των επιπτώσεων από την πλαστική ρύπανση.

Με τις διατάξεις του νόμου 4736/2020 η εθνική μας νομοθεσία εναρμονίστηκε με την οδηγία (ΕΕ) 2019/904, με τον νόμο να προβλέπει, μεταξύ άλλων:

- Λήψη μέτρων για την επίτευξη σταθερής μείωσης της κατανάλωσης των πλαστικών προϊόντων μιας χρήσης, με απώτερο σκοπό την αισθητή αναστροφή των αυξητικών τάσεων στην κατανάλωση. Για την επίτευξη των σκοπών τίθενται οι ακόλουθοι ειδικότεροι στόχοι: (α) έως το έτος 2024 η κατανάλωση των εν λόγω πλαστικών προϊόντων μιας χρήσης να μειωθεί κατ' ελάχιστον στο 30% σε σύγκριση με το 2022, (β) έως το έτος 2026 η κατανάλωση των εν λόγω πλαστικών προϊόντων μιας χρήσης να μειωθεί κατ' ελάχιστον στο 60% σε σύγκριση με το 2022.
- Απαγόρευση διάθεσης στην αγορά συγκεκριμένων πλαστικών προϊόντων μιας χρήσης –μπατονέτες, μαχαιροπίρουνα (πιρούνια, μαχαίρια, κουτάλια και ξυλάκια φαγητού), πιάτα, καλαμάκια, αναδευτήρες ποτών και πλαστικά στηρίγματα μπαλονιών², περιέκτες τροφίμων κατασκευασμένοι από διογκωμένο πολυστυρένιο³, περιέκτες ποτών από διογκωμένο πολυστυρένιο και τα καπάκια και καλύμματά τους, κυπελλάκια για ποτά από διογκωμένο πολυστυρένιο και τα καπάκια και καλύμματά τους-, καθώς και τα προϊόντα που κατασκευάζονται από οξοδιασπώμενη πλαστική ύλη.
- Λήψη μέτρων (περιβαλλοντική εισφορά) για μείωση της κατανάλωσης των ακόλουθων πλαστικών προϊόντων μιας χρήσης: κυπελλάκια για ποτά (συμπεριλαμβανομένων των καλυμμάτων και των καπακιών τους) και περιέκτες τροφίμων⁴. Η περιβαλλοντική εισφορά⁵ έχει ανταποδοτικό χαρακτήρα και τα έσοδα από αυτήν αποδίδονται στο Νομικό Πρόσωπο Δημοσίου Δικαίου «Πράσινο Ταμείο», με σκοπό τη διάθεσή τους αποκλειστικά σε δράσεις που αφορούν στην προστασία του περιβάλλοντος.

- Δυνατότητα ο καταναλωτής να ζητήσει τη συσκευασία των τροφίμων ή ποτών σε επαναχρησιμοποιούμενες συσκευασίες τις οποίες φέρει μαζί του ή αγοράζει στο σημείο πώλησης. Οι επιχειρήσεις υποχρεούνται να εξασφαλίζουν την ύπαρξη προς πώληση στους καταναλωτές επαναχρησιμοποιήσιμων συσκευασιών⁶.

Τέλος, σε ό,τι αφορά τα προϊόντα τα οποία απαγορεύτηκε από τον νόμο να διατίθενται στην αγορά, δινόταν η δυνατότητα να συνεχιστεί η χρήση τους μέχρι την εξάντληση των σχετικών αποθεμάτων, αλλά όχι πέρα από 10 μήνες από την έναρξη εφαρμογής της πρόβλεψης, δηλαδή όχι πέρα από τις 3 Μαΐου 2022.

Μέρος Β

Ερευνητικοί Στόχοι

Με αφορμή το νομοθετικό πλαίσιο που ψηφίστηκε στη χώρα μας και περιγράφηκε στην προηγούμενη ενότητα, αλλά και την προσπάθεια εφαρμογής του στα χρόνια που μεσολάβησαν, θέσαμε τους ερευνητικούς μας στόχους για την έρευνα που πραγματοποιήσαμε σε συνεργασία με την qed:

Αφενός την αναλυτική και διεξοδική αποτύπωση των αντιλήψεων του γενικού κοινού για τα πλαστικά μιας χρήσης, τόσο σε επίπεδο ενημέρωσης, όσο και προσωπικής ευαισθητοποίησης.

Αφετέρου, την καταγραφή του βαθμού γνώσης, αλλά και αποδοχής του γενικού κοινού σχετικά με τις ισχύουσες νομοθετικές ρυθμίσεις, οι οποίες αποσκοπούν στο να λειτουργήσουν περιοριστικά για τα πλαστικά μιας χρήσης.

Τέλος, την ποσοτική αποτύπωση/μέτρηση της υφιστάμενης υιοθέτησης/διατήρησης σε επίπεδο συμπεριφοράς των προϊόντων που αποτελούν εναλλακτικές στα πλαστικά προϊόντα μιας χρήσης.

Μεθοδολογία & Ταυτότητα Έρευνας

Ακολουθήσαμε τη μεθοδολογία κλασικής online ποσοτικής έρευνας (CAWI), με ένα ευρύ δείγμα 800 ατόμων, πανελλαδικής κάλυψης, ηλικιακού φάσματος 18-64 ετών, αντιπροσωπευτικό του γενικού πληθυσμού της χώρας σε φύλο, ηλικία, αλλά και περιοχή κατοικίας.

Οι προδιαγραφές του δείγματος ακολούθησαν ομαλή πληθυσμιακή κατανομή:

- 49% (390) άνδρες και 51% (410) γυναίκες.
- Από αυτούς το 15% (118) ανήκει στη Gen Z (17-26 ετών), το 39% (315) είναι Millennials (27-42 ετών), το 38% (301) ανήκουν στη Gen X (43-58 ετών) και το 8% (66) είναι Baby Boomers (59-64 ετών).
- Γεωγραφικά, το 36% (284) ζει στην Αθήνα, το 12% (98) κατοικεί στη Θεσσαλονίκη, 21% (166) στα μεγάλα αστικά κέντρα, 18% (141) στα μικρά αστικά κέντρα και το 14% (111) ζει εκτός των αστικών ιστών.

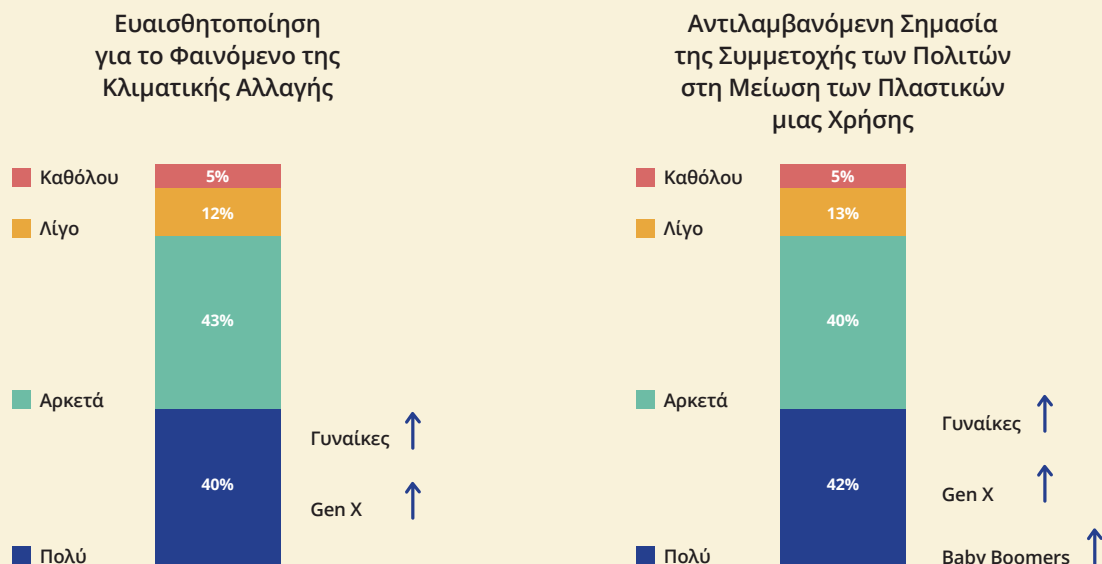
Η έρευνα πραγματοποιήθηκε στο διάστημα 17-25 Οκτωβρίου 2023.

Ευρήματα Ποσοτικής Διερεύνησης

1) Περιβαλλοντική Ευαισθησία

Στην πρώτη ενότητα της ποσοτικής έρευνας εξετάσαμε την περιβαλλοντική ευαισθησία του σταθμισμένου δείγματος. Η ενότητα αυτή καλύφθηκε με 4 ερευνητικές ερωτήσεις.

Στην πρώτη ερώτηση, το δείγμα τοποθετήθηκε στο κατά πόσο **ενδιαφέρεται για το φαινόμενο της κλιματικής αλλαγής και κατά πόσο αντιλαμβάνεται τη σημασία της συμμετοχής των πολιτών στη μείωση των πλαστικών μιας χρήσης.**



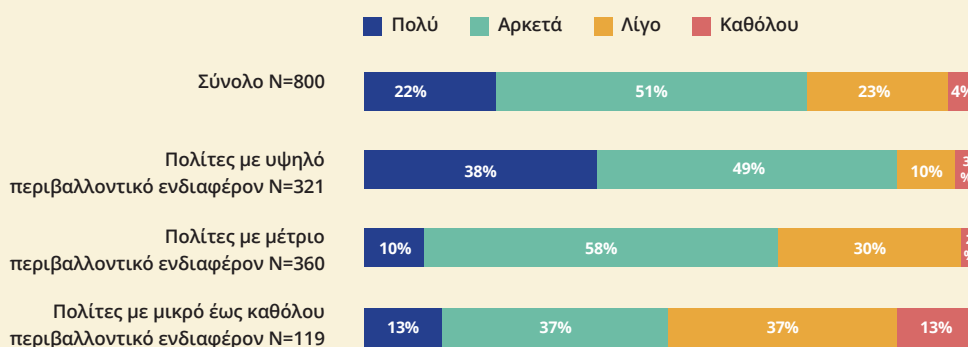
Το εύρημα καταδεικνύει ότι οι Έλληνες πολίτες θεωρούν εαυτούς ιδιαίτερα ευαισθητοποιημένους για το φαινόμενο της κλιματικής αλλαγής, αλλά και για τη συμβολή τους στη μείωση των πλαστικών μιας χρήσης. Συγκεκριμένα, το 83% δηλώνει ευαισθητοποιημένο για το φαινόμενο της κλιματικής αλλαγής, και μάλιστα από αυτό το ποσοστό το 40% δηλώνει πολύ ευαισθητοποιημένο – περισσότερο δε οι γυναίκες και η Gen X (43-58 ετών). Αντίστοιχα, το 42% δηλώνει ότι αντιλαμβάνεται πολύ τη σημασία της συμμετοχής των πολιτών στη μείωση των πλαστικών μιας χρήσης, το 40% ότι την αντιλαμβάνεται αρκετά και μόνο το 5% δηλώνει ότι δεν την αντιλαμβάνεται καθόλου.

Όσον αφορά στις **πηγές από τις οποίες ενημερώνονται** οι πολίτες για περιβαλλοντικά ζητήματα, το internet κυριαρχεί απόλυτα με 94% στους πιο περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένους πολίτες, που γίνεται 88% στους λιγότερο ευαισθητοποιημένους. Η τηλεόραση ακολουθεί με 65% στους πολίτες με υψηλό περιβαλλοντικό ενδιαφέρον και 58% στους λιγότερο ευαισθητοποιημένους. Στην τρίτη θέση βρίσκονται τα social media με 63% και 53% αντίστοιχα, ενώ με μικρά ποσοστά ακολουθούν το ραδιόφωνο (26% / 23%), τα έντυπα μέσα (25% / 17%), τα blogs (19% / 14%) και τα fora (6% / 5%).

Στην ερώτηση που αφορά την **κατανόηση των σχετικών με το περιβάλλον όρων**, εξετάστηκαν οι όροι: ανακυκλώσιμα υλικά, ανακυκλωμένα υλικά, ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, βιοδιασπώμενα υλικά, οικολογικά προϊόντα και βιώσιμη ανάπτυξη. Όλοι αυτοί οι όροι είναι –κατά δήλωση– κατανοητοί σε πολύ μεγάλα ποσοστά, που υπερβαίνουν το 90%, με εξαίρεση τη βιώσιμη ανάπτυξη που είναι ο λιγότερο κατανοητός όρος, αν και, παρά ταύτα, είναι οικείος στο 79% του δείγματος.

Στην ενότητα αυτή εξετάστηκε, τέλος, η **υιοθέτηση πρακτικών για τη μείωση των πλαστικών μιας χρήσης**. Η διαπίστωση ήταν η αναμενόμενη, ότι, δηλαδή, ο βαθμός υιοθέτησης των πρακτικών είναι κατά πολύ μικρότερος του βαθμού της κατανόησης και της γνώσης.

Υιοθέτηση Πρακτικών για τη Μείωση των Πλαστικών μιας Χρήσης



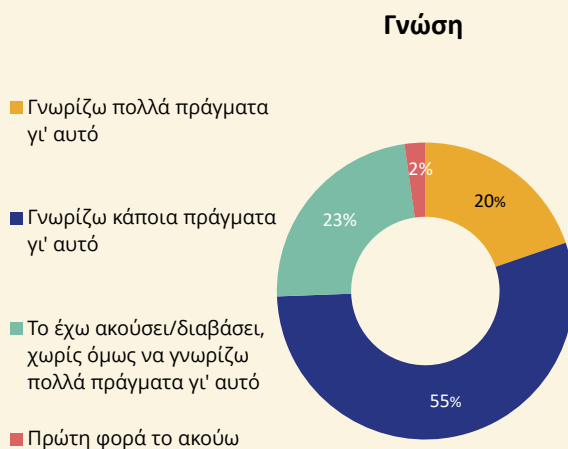
Ακόμη και ανάμεσα σε όσους δηλώνουν υψηλό περιβαλλοντικό ενδιαφέρον, μόνο το 38% εφαρμόζει πολύ συχνά πρακτικές για τη μείωση των πλαστικών μιας χρήσης και αρκετά συχνά σε ποσοστό 49%. Στο κοινό με μέτριο περιβαλλοντικό ενδιαφέρον τα ποσοστά είναι 10% και 58% αντίστοιχα, ενώ στο κοινό που είναι πρακτικά αδιάφορο για τα περιβαλλοντικά ζητήματα, τα ποσοστά πέφτουν στο 13% για τη συχνή εφαρμογή και 37% για την περιστασιακή εφαρμογή. Ενδιαφέρον παρουσιάζει, επίσης, το γεγονός ότι η πλειονότητα του σταθμισμένου και αντιπροσωπευτικού δείγματος αυτοπροσδιορίζεται ως μετρίου περιβαλλοντικού ενδιαφέροντος (360 στους 800 ερωτώμενους).

II) Γνώση, Άποψη & Αντιλαμβανόμενη Αποτελεσματικότητα του Νομοσχεδίου

Στην επόμενη ενότητα της έρευνας διερευνήθηκε η γνώση, η άποψη και η αντιλαμβανόμενη αποτελεσματικότητα του νομοσχεδίου για τη μείωση των πλαστικών μιας χρήσης.

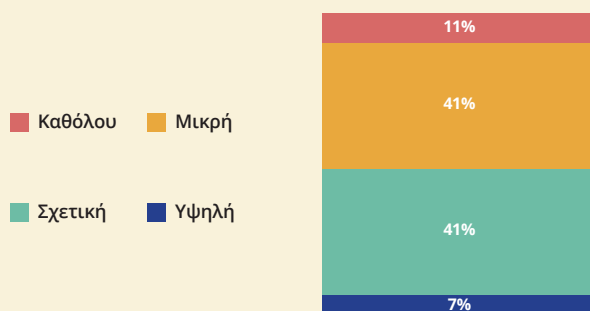
Πρωταρχικό συμπέρασμα αποτελεί το γεγονός ότι οι Έλληνες, στο σύνολό τους, **γνωρίζουν για το νομοσχέδιο μείωσης των πλαστικών**, έστω κι αν η γνώση αυτή περιορίζεται απλά στην ύπαρξή του. Αξιοσημείωτο γεγονός αποτελεί το ότι, αν και το 98% του δείγματος γνωρίζει την ύπαρξη του νομοσχεδίου, μόνο το 20% δηλώνει ότι γνωρίζει πολλά πράγματα. Την ίδια στιγμή, πάνω από 1 στους 2 (55%) δηλώνει ότι γνωρίζει μόλις κάποια πράγματα για αυτό, ενώ ο 1 στους 5 (20%) πρακτικά απλώς έχει ακούσει για την ύπαρξή του.

Γνώση για το Νομοσχέδιο



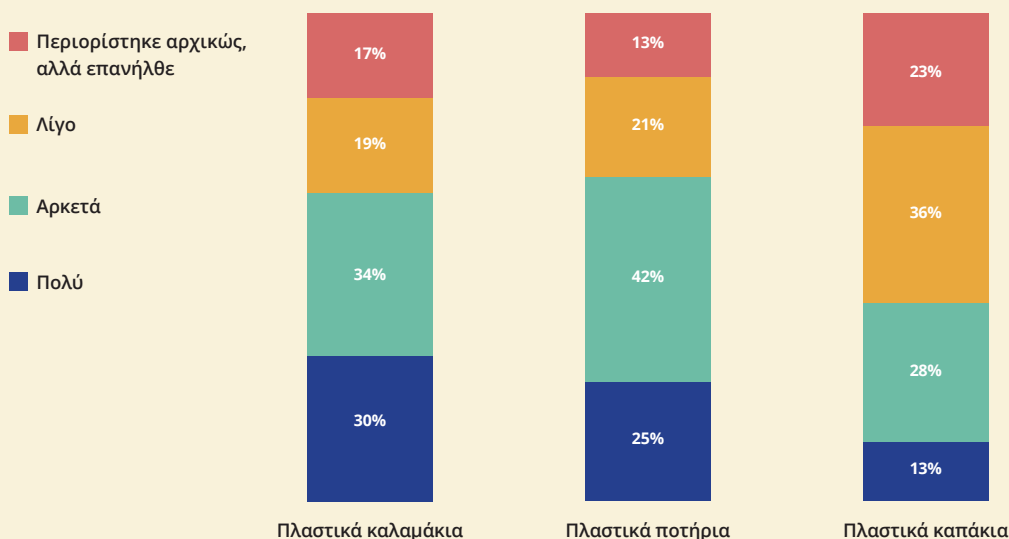
Όσον αφορά την **αντιλαμβανόμενη αποτελεσματικότητα του νομοσχεδίου**, τα πράγματα είναι ξεκάθαρα, καθώς μόλις το 7% αξιολογεί το επίπεδο εφαρμογής ως υψηλό, ενώ 4 στους 10 ερωτώμενους (41%) θεωρούν την αποτελεσματικότητα της εφαρμογής του νομοσχεδίου σχετική και άλλοι 4 (41%) τη θεωρούν μικρή, ενώ 1 στους 10 (11%) τη θεωρεί ανύπαρκτη. Είναι σαφές, λοιπόν, ότι η εφαρμογή του νομοσχεδίου στην αντίληψη των πολιτών είναι τουλάχιστον ελλιπής.

Αντιλαμβανόμενη Αποτελεσματικότητα Εφαρμογής Νομοσχεδίου



Η ερώτηση «αν θεωρείτε ότι έχει μειωθεί η χρήση πλαστικών καλαμακίων / ποτηριών / καπακίων» μας έδωσε την ευκαιρία να διερευνήσουμε την **αντιλαμβανόμενη αποτελεσματικότητα των ειδικών περιβαλλοντικών εφαρμογών**, και εδώ τα ευρήματα είναι σαφώς πιο ενθαρρυντικά.

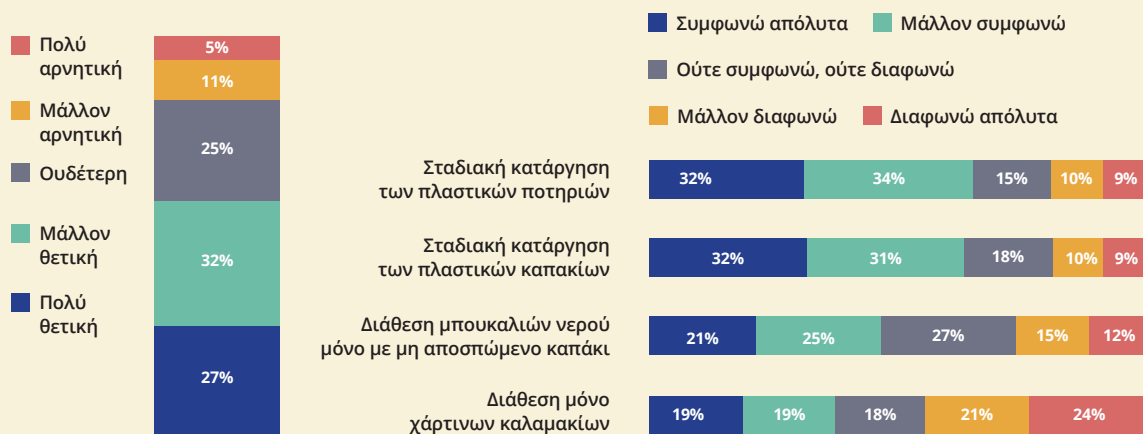
Αντιλαμβανόμενη Αποτελεσματικότητα των Ειδικών Περιβαλλοντικών Εφαρμογών



- Όσον αφορά στα **πλαστικά καλαμάκια**, το 30% θεωρεί ότι η χρήση τους έχει περιοριστεί πολύ, το 34% ότι έχει περιοριστεί αρκετά, το 19% ότι έχει περιοριστεί λίγο και, βέβαια, ένα όχι ευκαταφρόνητο ποσοστό 17% θεωρεί ότι, αν και αρχικώς περιορίστηκε, στη συνέχεια επανήλθε.
- Για τα **πλαστικά ποτήρια**, ο 1 στους 4 ερωτώμενους (25%) θεωρεί ότι η χρήση τους περιορίστηκε πολύ, 4 στους 10 (41%) θεωρούν ότι περιορίστηκε αρκετά, 2 στους 10 (21%) ότι περιορίστηκε λίγο και ένα 13% έχει κι εδώ την άποψη ότι, αν και περιορίστηκε αρχικώς, στη συνέχεια επανήλθε.
- Όσον αφορά στα **πλαστικά καπάκια**, η αντίληψη, όπως αναμενόταν, είναι κάπως διαφορετική, καθώς μόλις το 13% θεωρεί ότι η χρήση τους έχει περιοριστεί πολύ, ενώ το 28% θεωρεί ότι έχει περιοριστεί αρκετά, το 36% ότι έχει περιοριστεί λίγο και το αξιοσημείωτο 23% ότι περιορίστηκε αρχικώς και στη συνέχεια επανέκαμψε.

Εμβαθύνοντας, διερευνήθηκαν η **γνώμη που έχει το γενικό κοινό για το νομοσχέδιο και τα επίπεδα συμφωνίας με τις ειδικές του εφαρμογές.**

Γνώμη για το Νομοσχέδιο και Επίπεδα Συμφωνίας με τις Ειδικές του Εφαρμογές

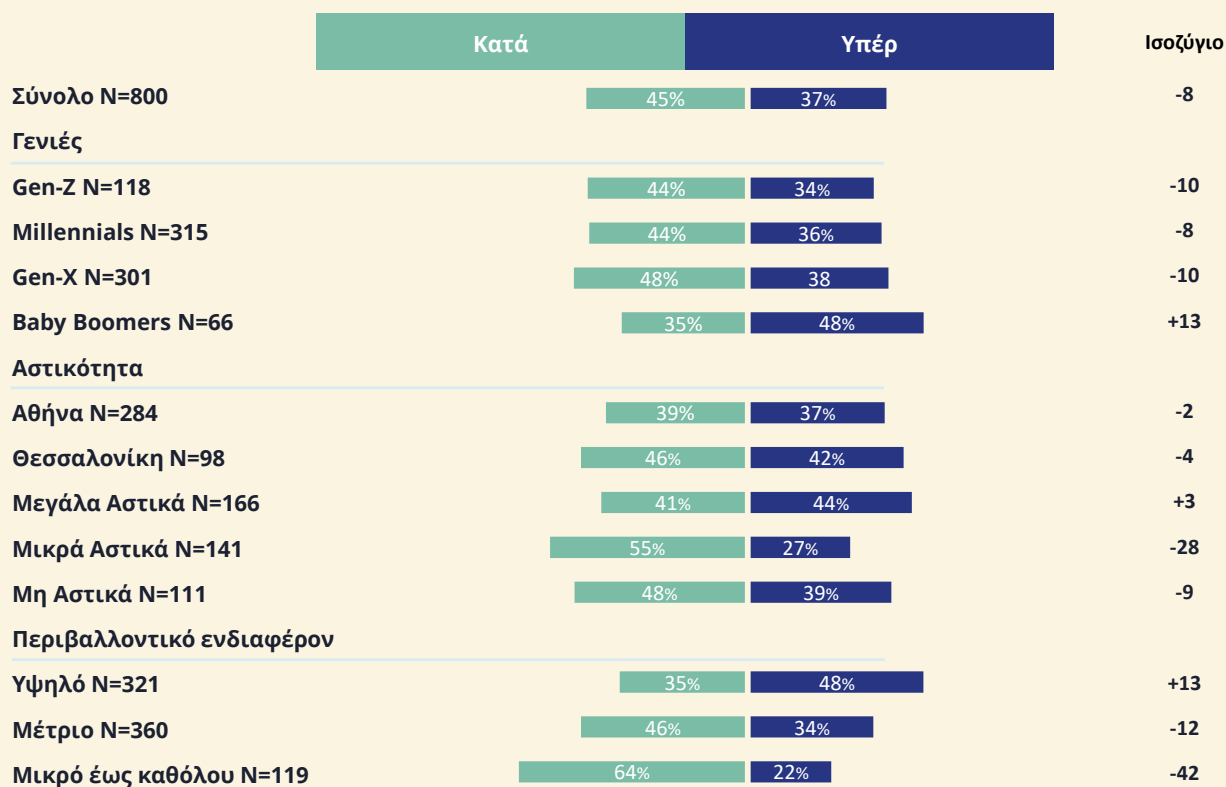


Επιγραμματικά, μπορούμε να πούμε ότι η άποψη για το νομοσχέδιο για τη μείωση των πλαστικών μιας χρήσης ρέπει σαφώς προς τα θετικά. Συγκεκριμένα, το 27% των πολιτών έχει ξεκάθαρα πολύ θετική γνώμη για το νομοσχέδιο, 32% έχει μάλλον θετική γνώμη, 25% έχει ουδέτερη γνώμη και μόλις 11% έχει μάλλον αρνητική και 5% πολύ αρνητική γνώμη.

Κοιτάζοντας όμως στις ειδικές εφαρμογές, διακρίνουμε πως οι θετικές απόψεις για το νομοσχέδιο, που προσεγγίζουν το 60%, οφείλονται κυρίως στη σταδιακή κατάργηση των πλαστικών ποτηριών και καπακίων, ενώ η αποκλειστική χρήση χάρτινων καλαμακίων αλλά και μπουκαλιών νερού μόνο με αποσπώμενο καπάκι συγκεντρώνουν υψηλά ποσοστά διαφωνίας.

- Αναλυτικότερα, όσον αφορά στη σταδιακή **κατάργηση των πλαστικών ποτηριών** οι 2 στους 3 είναι σύμφωνοι (32% συμφωνούν απόλυτα και 34% μάλλον συμφωνούν), 1 στους 4 έχει κάπως ουδέτερη στάση (15% ούτε συμφωνεί, ούτε διαφωνεί και 10% μάλλον διαφωνεί) και μόνο 1 στους 10 (9%) διαφωνεί απόλυτα.
- Για τη σταδιακή **κατάργηση των πλαστικών καπακίων** η εικόνα παραμένει αντίστοιχη, με το 32% να συμφωνεί απόλυτα, το 31% να είναι μάλλον σύμφωνο, το 18% να δηλώνει ότι ούτε συμφωνεί, ούτε διαφωνεί, το 10% μάλλον να διαφωνεί και ένα 9% να διαφωνεί απόλυτα.
- Η εικόνα κάπως μετριάζεται όσον αφορά στη **διάθεση μπουκαλιών μόνο με αποσπώμενο καπάκι**, όπου το 21% δηλώνει ότι συμφωνεί απόλυτα, το 25% μάλλον συμφωνεί, το 27% ούτε συμφωνεί, ούτε διαφωνεί, το 15% μάλλον διαφωνεί και το 12% διαφωνεί απόλυτα.
- Όσον αφορά στη **διάθεση μόνο χάρτινων καλαμακίων**, η εικόνα σχεδόν αντιστρέφεται, με μόνο το 15% να συμφωνεί απόλυτα, το 19% μάλλον να συμφωνεί, το 18% ούτε να συμφωνεί, ούτε να διαφωνεί, αλλά τα ποσοστά όσων διαφωνούν να φτάνουν το 45% (21% μάλλον διαφωνούν και 24% διαφωνούν απόλυτα).

Συμφωνία με τη Διάθεση Μόνο Χάρτινων Καλαμακίων σε Διαφορετικά Κοινά



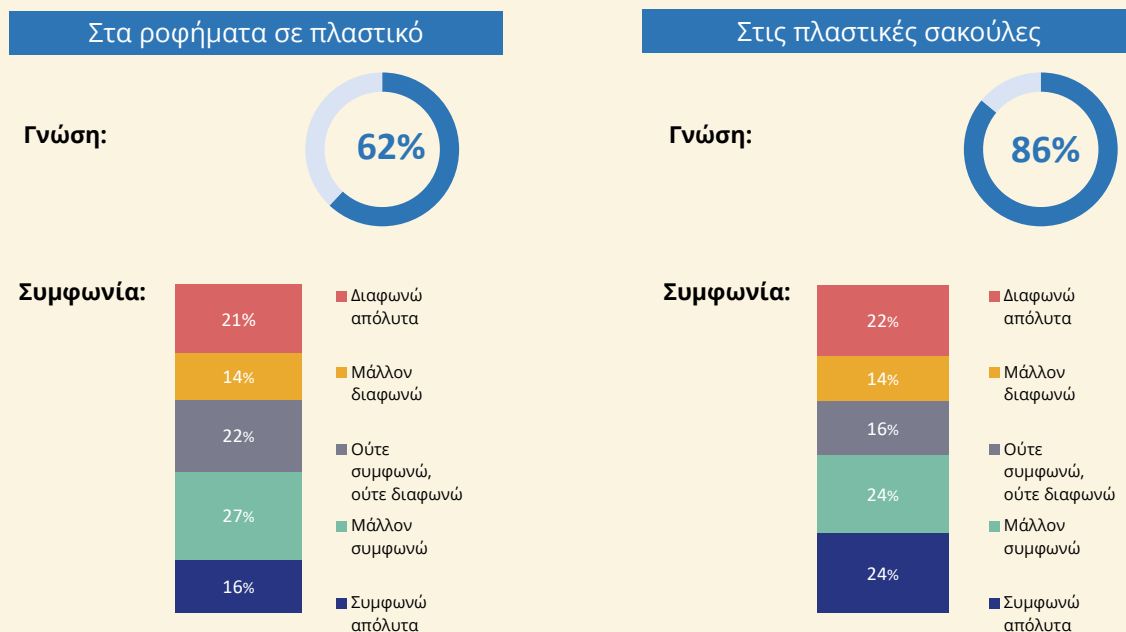
Εξετάζοντας σε μεγαλύτερο βάθος το κατά πόσο ο γενικός πληθυσμός συμφωνεί με τη **διάθεση μόνο χάρτινων καλαμακίων**, παρατηρούμε ότι η ελληνική κοινωνία, αν και σχετικώς διχασμένη στο ζήτημα, εμφανίζεται σχετικώς αρνητική στη διάθεση μόνο χάρτινων καλαμακίων. Συγκεκριμένα στο δείγμα μας το 45% τάσσεται κατά και το 37% υπέρ.

- Σχετικά ενδιαφέρον κρίνεται το εύρημα ότι τα **νεότερα κοινά είναι πιο αρνητικά** στο μέτρο της αποκλειστικής διάθεσης των χάρτινων καλαμακίων. Στην Gen Z το 44% είναι κατά και το 34% υπέρ, στους Millennials το 44% είναι κατά και το 36% υπέρ, στην Gen X το 48% είναι κατά και το 38% υπέρ, ενώ στο ωριμότερο κοινό των Baby Boomers η εικόνα αντιστρέφεται πλήρως, με μόλις το 35% να είναι κατά και ένα ισχυρό 48% να είναι υπέρ.
- Κάπως αναμενόμενο θεωρούμε το εύρημα ότι οι **κάτοικοι των μικρών αστικών κέντρων** σε ποσοστό 55% τάσσονται κατά της διάθεσης μόνο χάρτινων καλαμακίων και μόλις σε ποσοστό 27% τάσσονται υπέρ. Στην **Αθήνα** το κοινό παρουσιάζεται πιο ευαισθητοποιημένο, με μόλις το 39% να τάσσεται κατά της κατάργησης των πλαστικών καλαμακίων μιας χρήσης και το 37% να τάσσεται υπέρ, στη **Θεσσαλονίκη** τα αντίστοιχα ποσοστά διαμορφώνονται σε 46% κατά της διάθεσης μόνο χάρτινων καλαμακίων και 42% υπέρ, στα **μεγάλα αστικά κέντρα** είναι σαφώς καλύτερη η εικόνα, με το 41% να τάσσεται κατά της αποκλειστικής διάθεσης χάρτινων καλαμακίων, αλλά να υπερτερεί το 44% που τάσσεται υπέρ. Τέλος, στις **μη αστικές περιοχές**, το 48% τάσσεται κατά των χάρτινων καλαμακίων και το 39% υπέρ.

- Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι ακόμη και στο κοινό με κατά δήλωση **υψηλό περιβαλλοντικό ενδιαφέρον**, το 35% διαφωνεί με το μέτρο της διάθεσης μόνο χάρτινων καλαμακίων και το 48% συμφωνεί, ενώ, όπως αναμενόταν, στο κοινό με **μέτριο περιβαλλοντικό ενδιαφέρον** τάσσεται σε ποσοστό 46% κατά της κατάργησης των πλαστικών καλαμακίων μιας χρήσης και σε ποσοστό 34% υπέρ. Τέλος, αυτονόητα, η διαφορά διευρύνεται δραματικά στο κοινό με **μικρό ως καθόλου περιβαλλοντικό ενδιαφέρον**, όπου το κατά της διάθεσης μόνο χάρτινων καλαμακίων αγγίζει το δυσθεώρητο ποσοστό του 64% και το υπέρ περιορίζεται στο χαμηλό 22%.

Διερευνώντας τα επίπεδα γνώσης και συμφωνίας με την υφιστάμενη **εφαρμογή περιβαλλοντικού τέλους**, καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι οι περισσότεροι Έλληνες γνωρίζουν για την εφαρμογή περιβαλλοντικού τέλους πρωτίστως στις πλαστικές σακούλες, αλλά και στα ροφήματα σε πλαστικά. Βέβαια, κάπως αναμενόμενα, λιγότεροι από τους μισούς Έλληνες συμφωνούν με την εφαρμογή των μέτρων αυτών.

Επίπεδα Γνώσης και Συμφωνίας για την Εφαρμογή Περιβαλλοντικού Τέλους

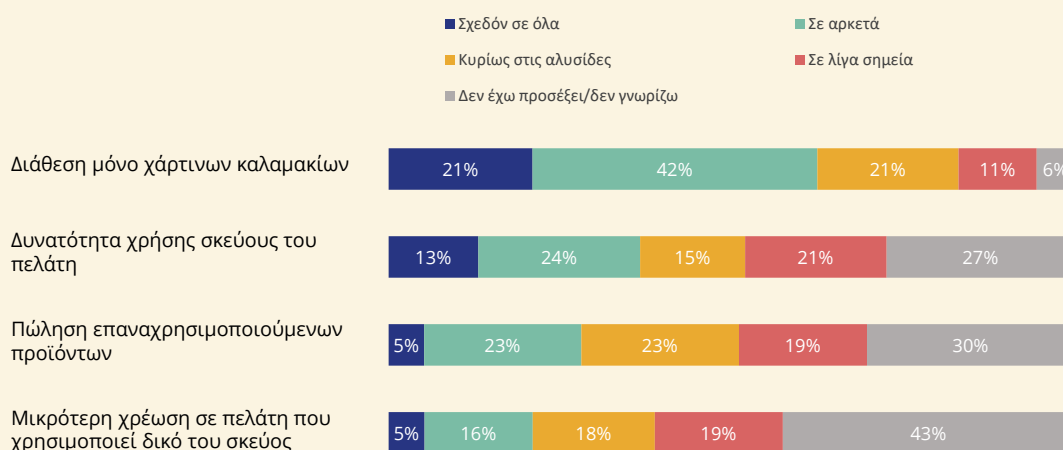


- Όσον αφορά στα **ροφήματα σε πλαστικό**, ο βαθμός γνώσης για την εφαρμογή τέλους φτάνει το 62%. Μόλις το 16% συμφωνεί απόλυτα με το μέτρο, ενώ το 27% μάλλον συμφωνεί, το 22% ούτε συμφωνεί, ούτε διαφωνεί, το 14% μάλλον διαφωνεί και ένα «ηχηρό» 21% διαφωνεί απόλυτα.
- Συγκρίσιμη είναι η εικόνα και για τις **πλαστικές σακούλες**. Ο βαθμός γνώσης φτάνει το εξαιρετικά υψηλό ποσοστό 86%. Το 24% συμφωνεί απόλυτα με το μέτρο και άλλο ένα 24% μάλλον συμφωνεί, αθροίζοντας έτσι ένα θετικό πρόσημο στο 48%. Το 16% ούτε συμφωνεί,

ούτε διαφωνεί, το 14% μάλλον διαφωνεί και το 22% εκφράζει την απόλυτη αντίθεσή του στο μέτρο της επιβολής περιβαλλοντικού τέλους στις πλαστικές σακούλες.

Μια ιδιαίτερα ενδιαφέρουσα περιοχή αποτελεί το **πεδίο αντιλαμβανόμενης εφαρμογής θετικών περιβαλλοντικών μέτρων** στα σημεία πώλησης. Αυτό που έχει ξεκάθαρα αποτυπωθεί περισσότερο στο μυαλό των Ελλήνων ως φιλική προς την προστασία του περιβάλλοντος πρακτική, η οποία υιοθετείται από τα καταστήματα, είναι η διάθεση μόνο χάρτινων καλαμακίων. Όσον αφορά τις υπόλοιπες πρακτικές, τα επίπεδα παρατήρησης και γνώσης εμφανίζονται ιδιαίτερα χαμηλά.

Αντιλαμβανόμενη Εφαρμογή Θετικών Περιβαλλοντικών Μέτρων σε Σημεία Πώλησης



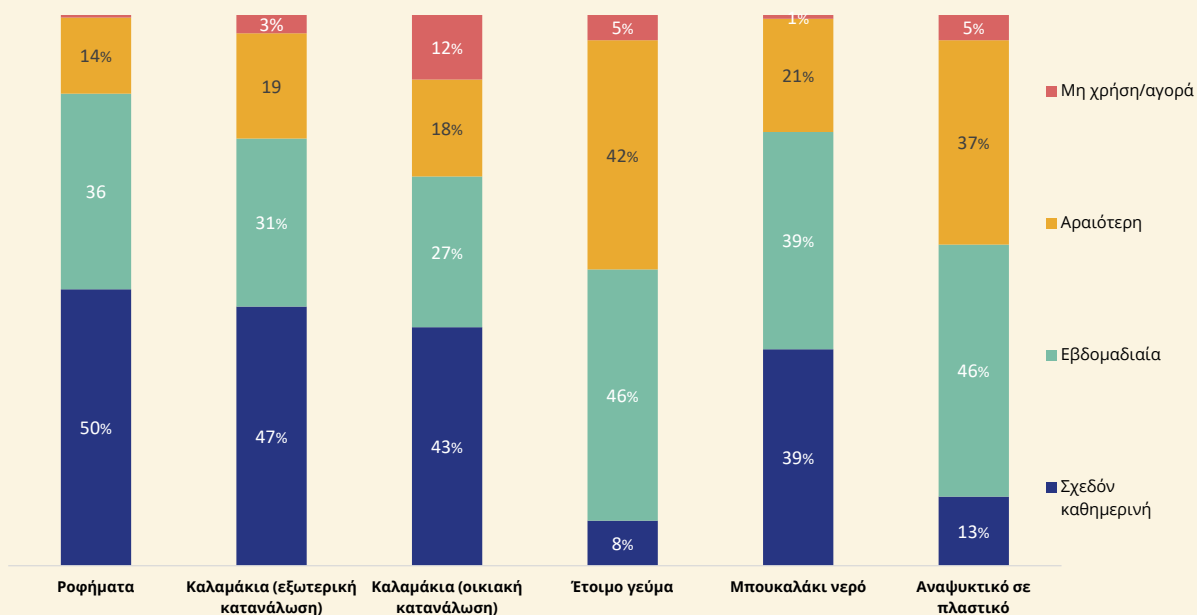
- Συγκεκριμένα, για τη διάθεση **μόνο χάρτινων καλαμακίων**, το κοινό θεωρεί σε ποσοστό 21% ότι το μέτρο εφαρμόζεται σχεδόν σε όλα τα καταστήματα, το 42% θεωρεί ότι εφαρμόζεται σε αρκετά καταστήματα, το 21% εντοπίζει την εφαρμογή του μέτρου κυρίως στις αλυσίδες, το 11% σε λίγα σημεία, ενώ ένα μικρό ποσοστό (6%) δεν έχει προσέξει κάτι, ούτε έχει γνώση του μέτρου.
- Για τη δυνατότητα που παρέχεται στα καταστήματα για **χρήση σκεύους του πελάτη**, το 13% του κοινού θεωρεί ότι ισχύει σχεδόν σε όλα τα καταστήματα, το 24% ότι συναντάται σε αρκετά καταστήματα, το 15% κυρίως στις αλυσίδες, το 21% σε λίγα σημεία πώλησης και το 27% δεν έχει παρατηρήσει ή δεν έχει γνώση ότι αυτό συμβαίνει.
- Όσον αφορά την **πώληση επαναχρησιμοποιούμενων προϊόντων**, μόλις το 5% θεωρεί ότι η δυνατότητα αυτή υπάρχει σε όλα τα καταστήματα, το 23% θεωρεί ότι συναντάται σε αρκετά σημεία πώλησης, το 23% την πιστώνει κυρίως στις αλυσίδες, το 19% σε λίγα σημεία κι ένα 30% δεν έχει προσέξει ή δεν γνωρίζει κάτι σχετικό.

- Για τη δυνατότητα **μικρότερης χρέωσης σε πελάτη που χρησιμοποιεί δικό του σκεύος**, τα ευρήματα είναι περίπου συγκρίσιμα. Ένα 5% θεωρεί ότι η δυνατότητα αυτή ισχύει σχεδόν σε όλα τα καταστήματα, το 16% την αποδίδει σε αρκετά σημεία πώλησης, το 18% κυρίως στις αλυσίδες, το 19% δηλώνει ότι ισχύει σε λίγα σημεία, ενώ σχεδόν το μισό δείγμα (43%) δεν έχει προσέξει ή δεν γνωρίζει να ισχύει κάτι τέτοιο.

III) Προϊόντα μιας Χρήσης: Στάσεις & Συμπεριφορές

Εμβαθύνοντας περαιτέρω τις στάσεις και τις συμπεριφορές των Ελλήνων σε σχέση με τα προϊόντα μιας χρήσης, καταρχήν διαπιστώνουμε ότι η **κατανάλωση προϊόντων μιας χρήσης** είναι υψηλή, καθώς 1 στους 2 Έλληνες αγοράζει/χρησιμοποιεί σχεδόν καθημερινά ροφήματα και καλαμάκια για αυτά και 4 στους 10 αγοράζουν νερό σε πλαστικό μπουκάλι.

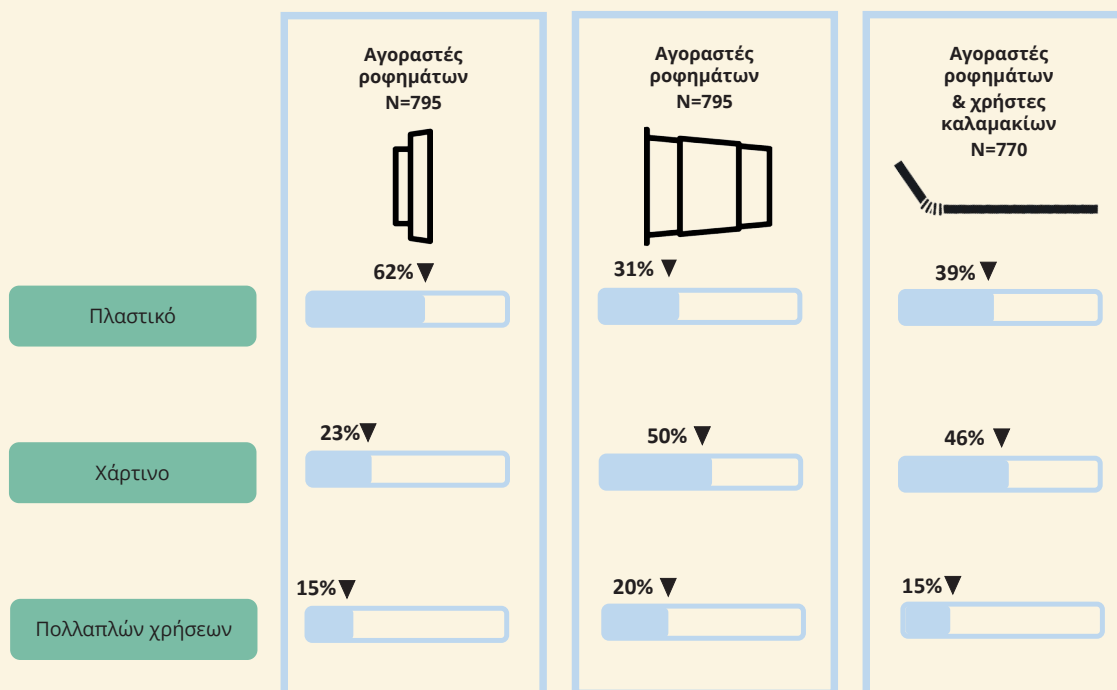
Συχνότητα Αγοράς και Χρήσης Προϊόντων μιας Χρήσης



- Το 86% του δείγματος κάνει **καθημερινή ή έστω εβδομαδιαία κατανάλωση ροφημάτων** (50% καθημερινή - 36% εβδομαδιαία) και το 78% κάνει **χρήση καλαμακίου** στην ίδια συχνότητα (47% καθημερινά - 31% εβδομαδιαία). Επόμενη συνήθεια με παρόμοια στατιστική συχνότητα είναι η **αγορά πλαστικού μπουκαλιού με νερό** σε ποσοστό 78% (39% καθημερινά - 39% εβδομαδιαία).
- Η **χρήση των καλαμακίων** δεν διαφοροποιείται ουσιαστικά ανάμεσα στην κατανάλωση ροφημάτων **έξω ή μέσα στο σπίτι**, καθώς το 47% δηλώνει ότι χρησιμοποιεί καλαμάκια εκτός σπιτιού και το 43% ότι χρησιμοποιεί καλαμάκια εντός σπιτιού.

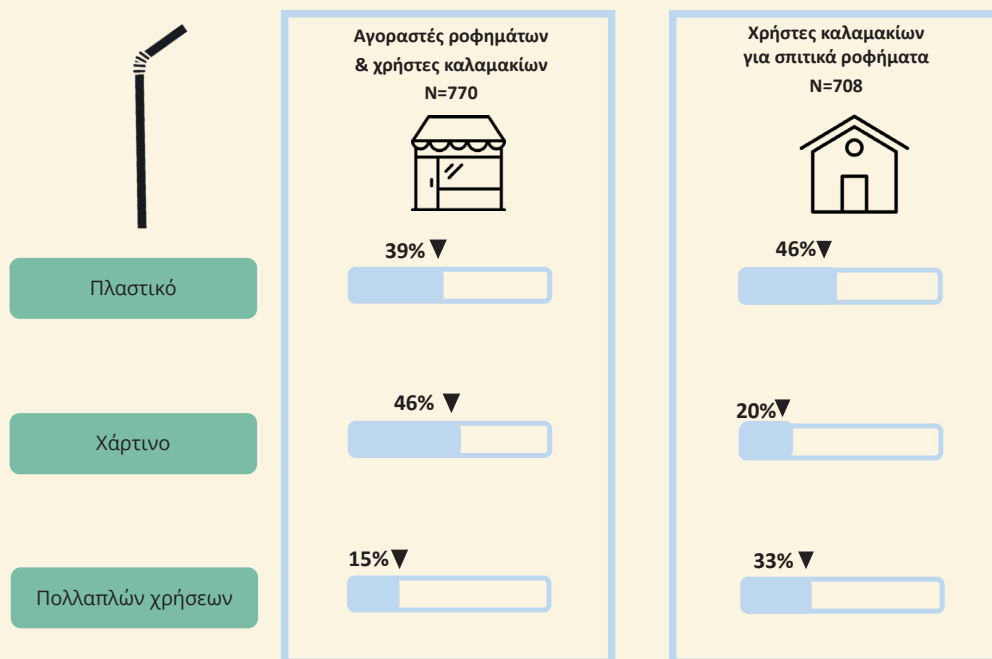
- Αναλύοντας τη **χρήση των καλαμακίων ανά τυπολογία του κοινού μας**, η εκτός σπιτιού χρήση είναι υψηλότερη στους Millennials, τους Αθηναίους, τους κατοίκους των μεγάλων αστικών κέντρων και τα άτομα με μέτριο περιβαλλοντικό ενδιαφέρον. Εντελώς όμοια κατανομή ανά τυπολογία κοινού παρουσιάζει και η **χρήση καλαμακίου εντός του σπιτιού**, κάτι που κρίνεται αναμενόμενο. Ενδιαφέρον, πάντως, παρουσιάζει το γεγονός ότι το κατά δήλωση υψηλό περιβαλλοντικό ενδιαφέρον δεν επηρεάζει αρκετά τις καταναλωτικές συμπεριφορές.

Συμπεριφορά ως προς τη Χρήση Πλαστικών/Χάρτινων Προϊόντων μιας Χρήσης Εκτός Σπιτιού



Διερευνώντας ακόμη διεξοδικότερα τη **συμπεριφορά των πολιτών ως προς τη χρήση πλαστικών και χάρτινων προϊόντων μιας χρήσης**, στην ερώτηση «από τις 10 φορές που χρησιμοποιείς καπάκι/κύπελλο/καλαμάκι για ροφήματα που αγοράζεις, πόσες είναι πλαστικό, πόσες χάρτινο και πόσες πολλαπλών χρήσεων;» το δείγμα μας δήλωσε ότι ως προς το καπάκι 6 στις 10 φορές (62%) είναι πλαστικό, περίπου 2 στις 10 φορές (23%) είναι χάρτινο και 1,5 φορά (15%) πολλαπλών χρήσεων. Για το ίδιο το κύπελλο του ροφήματος η εικόνα αλλάζει, καθώς η χάρτινη επιλογή είναι η επικρατέστερη, αφού 5 στις 10 φορές (50%) το δείγμα δηλώνει ότι χρησιμοποιεί χάρτινο κύπελλο, 3 στις 10 φορές (31%) δηλώνει ότι χρησιμοποιεί πλαστικό και 2 στις 10 (20%) ότι χρησιμοποιεί πολλαπλών χρήσεων. Για τα καλαμάκια, επίσης παρατηρούμε σημαντική διείσδυση του χάρτινου, αφού περίπου 5 στις 10 φορές (46%) οι αγοραστές ροφημάτων δηλώνουν ότι το χρησιμοποιούν, έναντι 4 στις 10 φορές (39%) που χρησιμοποιούν πλαστικό και μόλις 1,5 φορά (15%) που χρησιμοποιούν πολλαπλών χρήσεων.

Συμπεριφορά ως Προς τη Χρήση Πλαστικών/Χάρτινων Καλαμακίων Εντός ή Εκτός Σπιτιού

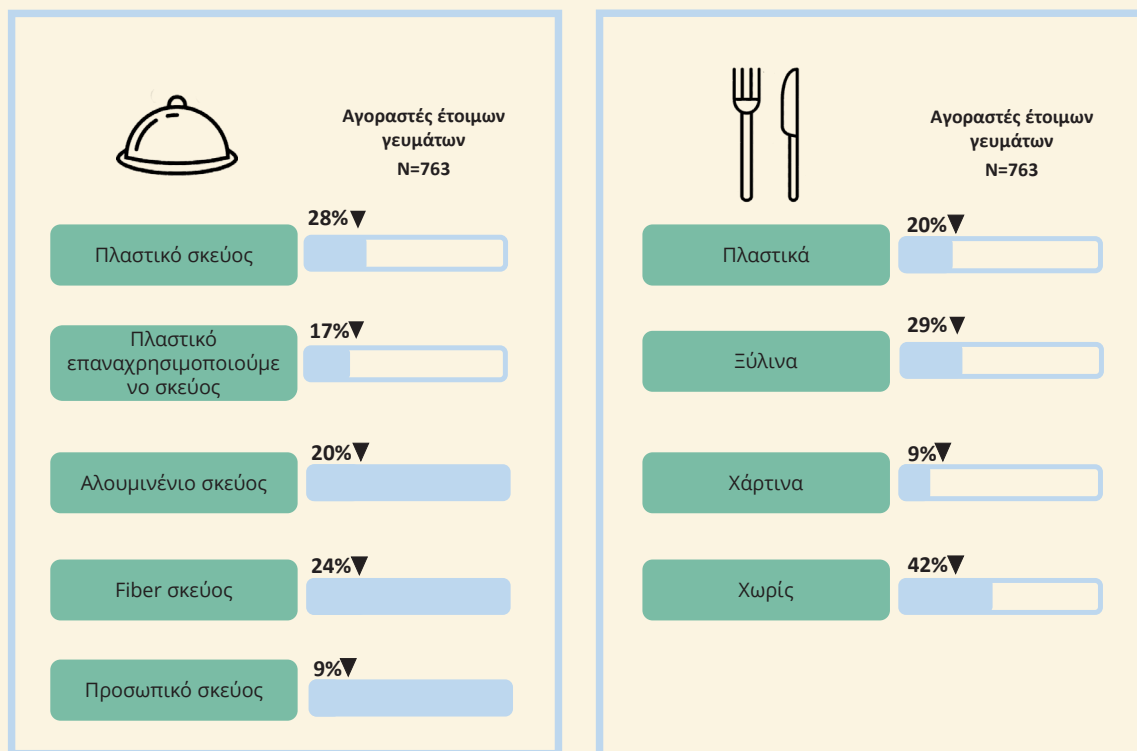


Ένα ενδιαφέρον εύρημα αποτελεί το ότι το χάρτινο καλαμάκι «δεν μπαίνει» στα σπίτια, καθώς η χρήση πλαστικού καλαμακίου είναι ακόμη δημοφιλέστερη επιλογή όταν πρόκειται για ρόφημα στο σπίτι, με την επιλογή καλαμακίου πολλαπλών χρήσεων να αποτελεί την επόμενη εναλλακτική έναντι του χάρτινου.

- Συγκεκριμένα, για την **εκτός σπιτιού κατανάλωση ροφημάτων**, το δείγμα δηλώνει ότι περίπου 5 στις 10 φορές (46%) χρησιμοποιεί χάρτινο καλαμάκι, έναντι 4 στις 10 (39%) που χρησιμοποιεί πλαστικό καλαμάκι και 1,5 στις 10 φορές (15%) που χρησιμοποιεί πολλαπλών χρήσεων.
- Όταν όμως εξετάζουμε τη **χρήση καλαμακίων στο σπίτι**, 5 στις 10 φορές (46%) χρησιμοποιούν πλαστικό καλαμάκι, 3 στις 10 φορές (33%) χρησιμοποιούν πολλαπλών χρήσεων και μόλις 2 στις 10 φορές (20%) χρησιμοποιούν χάρτινο καλαμάκι.

Στα **προϊόντα μιας χρήσης που συνοδεύουν τα έτοιμα γεύματα** οι πλαστικές επιλογές είναι πλέον λιγότερο δημοφιλείς.

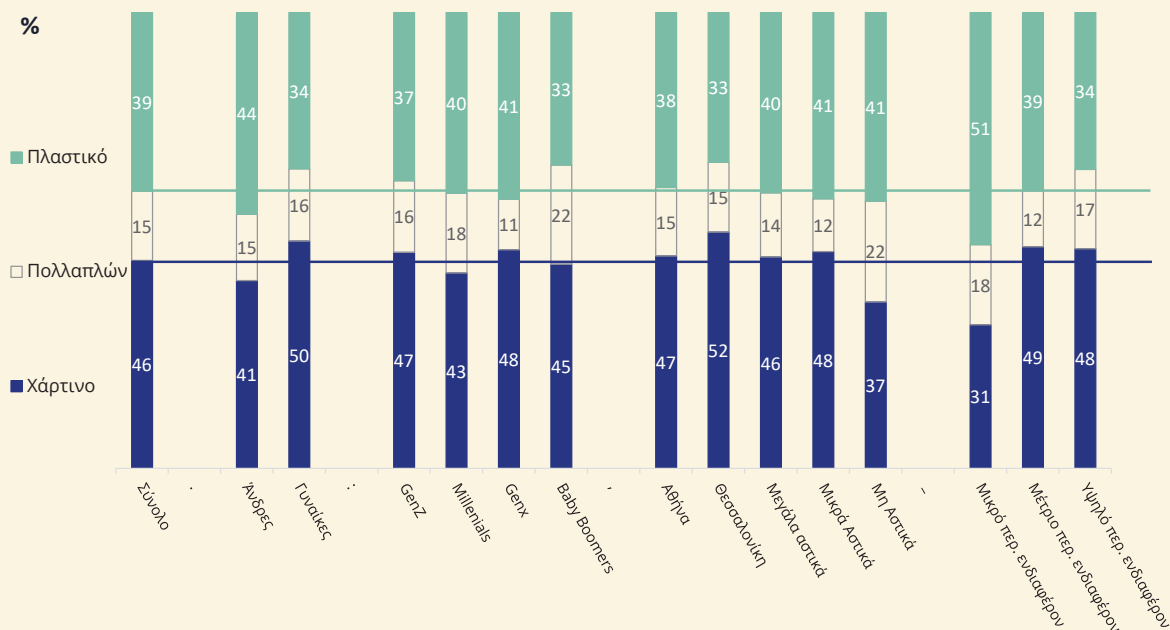
Συμπεριφορά ως προς τη Χρήση Προϊόντων μιας Χρήσης που Συνοδεύουν τα Έτοιμα Γεύματα



- Πιο συγκεκριμένα, όσον αφορά το **έτοιμο φαγητό σε πακέτο**, το δείγμα δηλώνει ότι λίγο κάτω από 3 στις 10 φορές (28%) το παραλαμβάνει σε πλαστικό σκεύος, περίπου 2,5 φορές στις 10 (24%) σε fiber σκεύος, 2 στις 10 φορές (20%) σε αλουμινένιο σκεύος, λιγότερο από 2 στις 10 φορές (17%) σε πλαστικό επαναχρησιμοποιούμενο σκεύος και 1 στις 10 φορές (9%) σε προσωπικό του σκεύος.
- Για τα **μαχαιροπίρουνα** που συνοδεύουν το έτοιμο φαγητό, το δείγμα δηλώνει ότι 4 στις 10 φορές (42%) δεν κάνει χρήση και άρα χρησιμοποιεί δικά του, 3 στις 10 φορές (29%) χρησιμοποιεί ξύλινα, 2 στις 10 φορές (20%) χρησιμοποιεί πλαστικά και 1 στις 10 φορές (9%) χάρτινα.

Προχωρώντας στην ενδελεχή έρευνα των **επιμέρους κατηγοριών του κοινού μας ως προς τις συμπεριφορές στα καλαμάκια μιας χρήσης εκτός σπιτιού** εντοπίζουμε μια μάλλον συγκρίσιμη κατά δήλωση εικόνα της επικρατούσας κατάστασης, με κάποιες όμως διαφοροποιήσεις που αξίζει να επισημανθούν.

Συμπεριφορές στα Καλαμάκια μιας Χρήσης Εκτός Σπιτιού | Κοινά

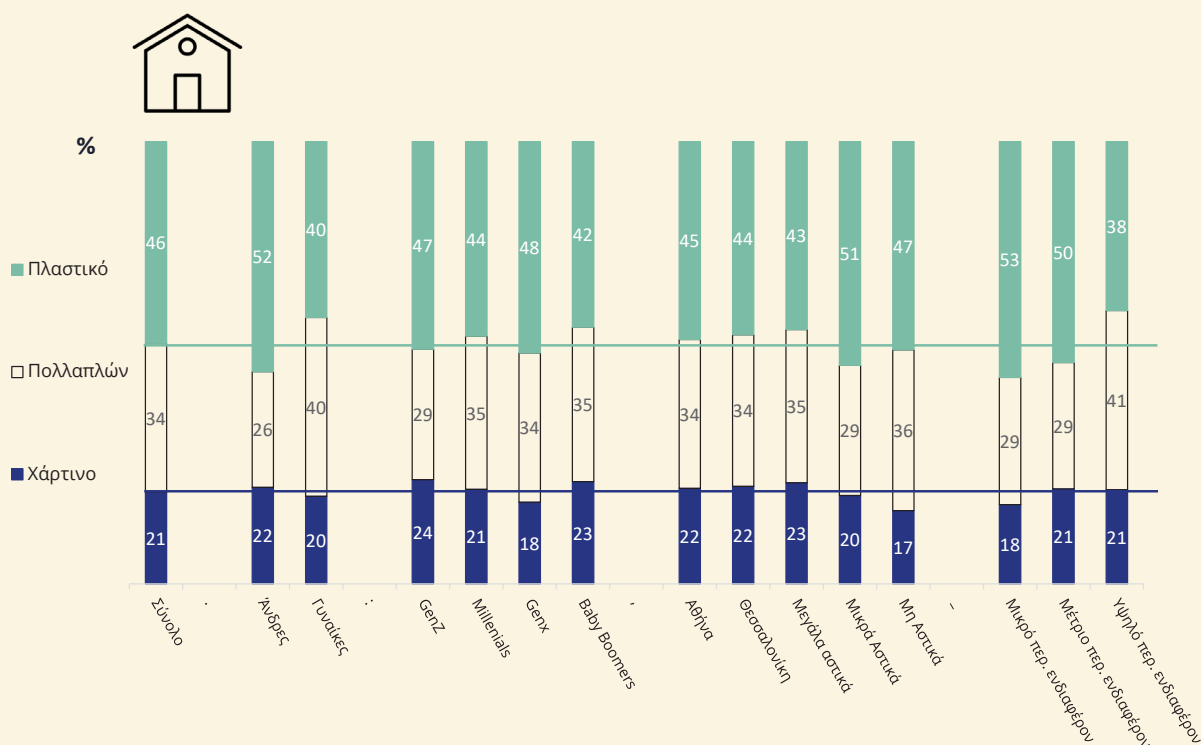


- Καταρχήν στο **σύνολο του το δείγμα** δηλώνει ότι από τις 10 φορές που χρησιμοποιεί καλαμάκι για ροφήματα που αγοράζει περίπου τις 5 φορές (46%) είναι χάρτινο, περίπου 4 φορές πλαστικό (39%) και 1,5 φορά (15%) πολλαπλών χρήσεων. Στις γυναίκες όμως το ποσοστό χρήσης του χάρτινου καλαμακιού εκτός σπιτιού ανεβαίνει αισθητά σε σχέση με τους άνδρες και φτάνει στο 50% έναντι 41%. Αντίστοιχα οι γυναίκες δηλώνουν ότι χρησιμοποιούν πλαστικό καλαμάκι σε ποσοστό 34% αντί 44% που δηλώνουν οι άνδρες, ενώ το ποσοστό χρήσης για το πολλαπλών χρήσεων είναι 16% για τις γυναίκες και 15% για τους άνδρες.
- Στις **ηλικιακές κατηγορίες** ξεχωρίζουμε τους Baby Boomers που δηλώνουν χρήση 45% για το χάρτινο καλαμάκι, 33% για το πλαστικό και ένα ισχυρό 22% χρήσης επαναχρησιμοποιούμενου καλαμακιού. Στην Gen X εμφανίζεται το υψηλότερο ποσοστό χρήσης χάρτινου καλαμακιού με 48%, αλλά και πλαστικού με 41%, καθώς η χρήση του επαναχρησιμοποιούμενου συρρικνώνεται στο 11%. Συγκρίσιμα ποσοστά και για τις άλλες δύο ηλικιακές κατηγορίες, Millennials με ποσοστά 43% για το χάρτινο, 40% για το πλαστικό και 17% για το πολλαπλών χρήσεων, και Gen Z με ποσοστά 47% χρήση του χάρτινου, 37% χρήση του πλαστικού και 16% για το πολλαπλών χρήσεων.

- Σε επίπεδο **γεωγραφικής κατανομής** οφείλουμε να ξεχωρίσουμε τους κατοίκους της Θεσσαλονίκης που δηλώνουν χρήση 52% για το χάρτινο καλαμάκι, έναντι 47% στην Αθήνα, 46% στα μεγάλα αστικά κέντρα, 48% στα μικρά αστικά κέντρα και μόλις 37% στις μη αστικές περιοχές, όπου φυσικά εξακολουθεί να κυριαρχεί η χρήση του πλαστικού καλαμακίου με ποσοστό 41%, ίδιο με τα μικρά αστικά κέντρα, ενώ καταγράφεται ποσοστό 40% στα μεγάλα αστικά κέντρα, το οποίο γίνεται 38% στην Αθήνα και μόλις 33% στη Θεσσαλονίκη. Το επαναχρησιμοποιούμενο καλαμάκι εμφανίζει το μεγαλύτερο ποσοστό του 22% στις μη αστικές περιοχές, το μικρότερο ποσοστό του 12% στα μικρά αστικά κέντρα, 15% διεύθυνση στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη και 14% στα μεγάλα αστικά κέντρα.
- Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι όσοι δηλώνουν μέτριο **περιβαλλοντικό ενδιαφέρον** χρησιμοποιούν στην ίδια συχνότητα χάρτινο καλαμάκι, γεγονός που μπορεί να θεωρηθεί μια έστω και παθητική αποδοχή του νομοσχεδίου. Συγκεκριμένα, για την κατηγορία αυτών που δηλώνουν υψηλό περιβαλλοντικό ενδιαφέρον έχουμε 48% για το χάρτινο, 34% για το πλαστικό και 17% για το επαναχρησιμοποιούμενο. Για αυτούς που δηλώνουν μέτριο περιβαλλοντικό ενδιαφέρον έχουμε 49% για το χάρτινο, 39% για το πλαστικό και 12% για το πολλαπλών χρήσεων και –όπως αναμενόταν– η εικόνα αλλάζει για όσους δηλώνουν μικρό περιβαλλοντικό ενδιαφέρον, με 31% για το χάρτινο, 51% για το πλαστικό και 18% για το επαναχρησιμοποιούμενο.

Διερευνώντας τις **συμπεριφορές στα καλαμάκια εντός σπιτιού** διακρίνουμε μια εικόνα εντελώς διαφορετική, με το χάρτινο καλαμάκι να μην κερδίζει το έδαφος που παραχωρεί το πλαστικό, ειδικά στα πιο ευαίσθητοποιημένα κοινά, όπως οι γυναίκες, οι Baby Boomers και τα άτομα με υψηλό περιβαλλοντικό ενδιαφέρον. Το έδαφος αυτό κερδίζεται με εντυπωσιακό τρόπο από το επαναχρησιμοποιούμενο καλαμάκι που αναδεικνύεται στον πρωταγωνιστή της περίπτωσης.

Συμπεριφορές στα Καλαμάκια μιας Χρήσης Εντός Σπιτιού | Κοινά



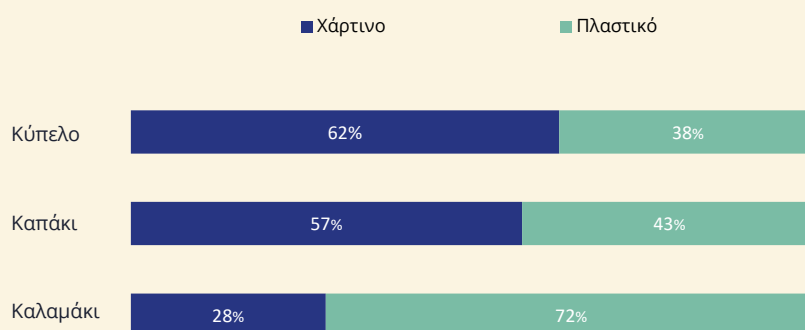
- Αναλύοντας τα ευρήματα, έχουμε κατά δήλωση για **το σύνολο του δείγματος** 46% για το πλαστικό καλαμάκι, 34% για το επαναχρησιμοποιούμενο και 21% για το χάρτινο. Στους σαφώς λιγότερο ευαισθητοποιημένους περιβαλλοντικά άνδρες το πλαστικό καλαμάκι διατηρεί ποσοστό χρήσης 52% έναντι 40% στις γυναίκες, οι οποίες κατά 40% χρησιμοποιούν στο σπίτι επαναχρησιμοποιούμενο καλαμάκι έναντι μόλις 26% των ανδρών. Το χάρτινο καλαμάκι στο σπίτι προτιμάται από το 22% των ανδρών και το 20% των γυναικών.
- Στο επίπεδο των **ηλικιακών κατηγοριών** δεν παρατηρούνται αξιοσημείωτες διαφοροποιήσεις. Το πλαστικό καλαμάκι διατρέχει τις γενιές με 47% διείσδυση στην Gen Z, 44% στους Millennials, 48% στην Gen X και 42% στους Baby Boomers. Το καλαμάκι πολλαπλών χρήσεων εισέρχεται στην πρώτη ηλικιακή κατηγορία, την Gen Z με ποσοστό χρήσης 29% και συνεχίζει με απόλυτη σταθερότητα, με 35% στους Millennials, 34% στην Gen X και 35% στους Baby Boomers. Όσο για το χάρτινο καλαμάκι, παρουσιάζει διείσδυση 24% στην Gen Z, 21% στους Millennials, 18% στην Gen Z και 23% στους Baby Boomers.
- Εξετάζοντας τη **γεωγραφική κατανομή** δεν παρατηρούμε κάποια σημαντική διαφοροποίηση. Ποσοστό χρήσης για το πλαστικό καλαμάκι 44% στην Αθήνα, αλλά και στη Θεσσαλονίκη, 43% στα μεγάλα αστικά κέντρα, κάπως διευρυμένο ποσοστό 51% στα

μικρά αστικά κέντρα και 47% στα μη αστικά κέντρα. Για το καλαμάκι πολλαπλών χρήσεων, ποσοστά κατά δήλωση χρήσης εντός σπιτιού 34% στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη, 35% στα μεγάλα αστικά κέντρα, 29% στα μικρά αστικά κέντρα και 36% στις μη αστικές περιοχές. Το χάρτινο καλαμάκι απορροφά τα υπόλοιπα ποσοστά χρήσης, 22% σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη, 23% στα μεγάλα αστικά κέντρα, 20% στα μικρά αστικά κέντρα και 17% στις μη αστικές περιοχές.

- Όσον αφορά την **περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση** του κοινού, τα αποτελέσματα επαληθεύουν τις διαπιστώσεις της κατηγορίας με σημαντική διείσδυση 41% του επαναχρησιμοποιούμενου καλαμακίου στο υψηλού περιβαλλοντικού ενδιαφέροντος κοινό έναντι 38% του πλαστικού και μόλις 21% του χάρτινου. Ενδιάμεση συμπεριφορά για το μετρίου περιβαλλοντικού κατά δήλωση ενδιαφέροντος κοινό με 50% χρήση πλαστικού, 29% επαναχρησιμοποιούμενου και 21% χάρτινου και φτάνοντας στο μικρού περιβαλλοντικού κατά δήλωση ενδιαφέροντος κοινό καταγράφουμε ποσοστά 53% για το πλαστικό καλαμάκι, 29% για το πολλαπλών χρήσεων και μόλις 18% για το χάρτινο.

Με την ερώτηση «Αν είχες εσύ την επιλογή στο σημείο πώλησης ροφημάτων, τι κύπελλο/καλαμάκι/καπάκι θα επέλεγες;» μελετήθηκε η **εκούσια επιλογή προϊόντος μιας χρήσης στο σημείο πώλησης**. Διαπιστώνουμε ότι οι χάρτινες επιλογές προϊόντων μιας χρήσης είναι αρκετά δημοφιλείς στους Έλληνες, με την εξαίρεση όμως των καλαμακίων. Το χάρτινο κύπελλο προτιμάται κατά δήλωση σε ποσοστό 62% έναντι 38% του πλαστικού, το χάρτινο καπάκι προτιμάται σε ποσοστό 57% έναντι 43% του πλαστικού, στο χάρτινο καλαμάκι όμως η εικόνα αντιστρέφεται και μόλις το 28% δυνητικά το επιλέγει, έναντι 72% που προτιμά το πλαστικό.

Επιλογή Προϊόντος μιας Χρήσης στο Σημείο Πώλησης



- Αναλύοντας περισσότερα τα **δημογραφικά χαρακτηριστικά** αυτού του 72/28 υπέρ του πλαστικού καλαμακίου παρατηρούμε ότι αν και όλες ανεξαιρέτως οι κατηγορίες προτιμούν τα πλαστικά καλαμάκια, εντούτοις οι Baby Boomers υιοθετούν το χάρτινο σε ποσοστό καλύτερο του μέσου όρου (41%), ενώ στον αντίποδα βρίσκονται οι νεαροί Gen Z που απορρίπτουν το χάρτινο καλαμάκι σε συντριπτικό ποσοστό (81%).

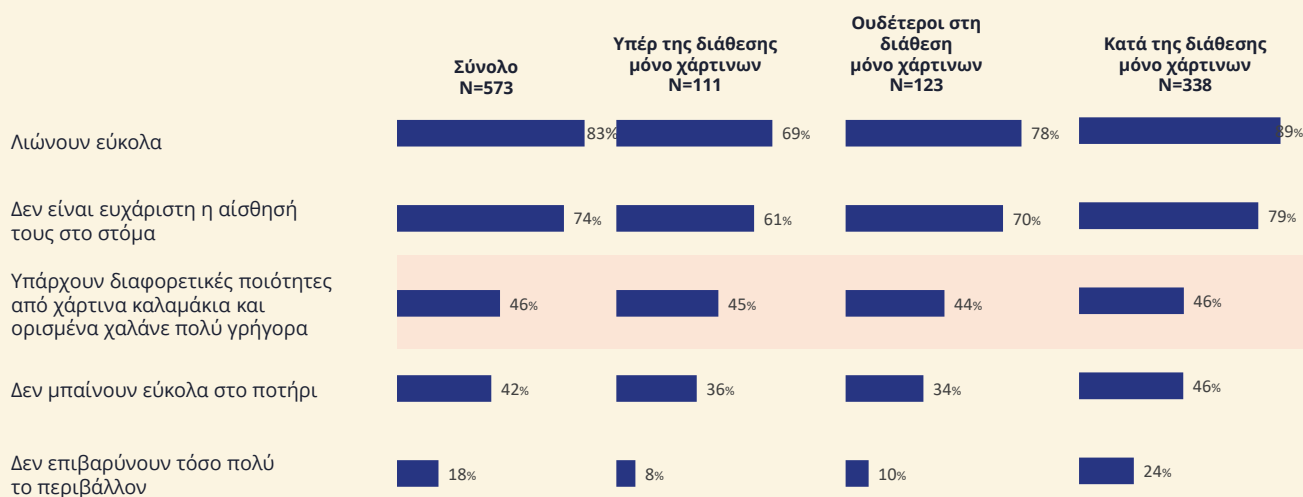
- Στο **επίπεδο των γενιών**, λοιπόν, παρατηρείται το φαινόμενο το χάρτινο καλαμάκι να παρουσιάζει σταδιακή κλιμάκωση της διείσδυσής του όσο ανεβαίνουμε σε ηλικία. Συγκεκριμένα, η Gen Z δηλώνει προτίμηση στο πλαστικό καλαμάκι σε ποσοστό 81% έναντι 19% του χάρτινου, οι Millennials επιλέγουν το πλαστικό καλαμάκι σε ποσοστό 75% έναντι 25% του χάρτινου, η Gen X προτιμά το πλαστικό καλαμάκι σε ποσοστό 67% έναντι 33% για το χάρτινο και φτάνοντας στους Baby Boomers η προτίμηση για το πλαστικό καλαμάκι έχει κλιμακωτά μειωθεί στο 59% έναντι του 41% που επιλέγει το χάρτινο καλαμάκι.
- **Γεωγραφικά** δεν παρατηρείται κάποια ουσιαστική διαφοροποίηση στην προτίμηση του πλαστικού έναντι του χάρτινου καλαμακίου μιας χρήσης. Στην Αθήνα η σχέση διαμορφώνεται σε 73% για το πλαστικό έναντι 27% για το χάρτινο, στη Θεσσαλονίκη 69% για το πλαστικό έναντι 31% για το χάρτινο, στα μεγάλα αστικά κέντρα έχουμε την καλύτερη επίδοση για το χάρτινο καλαμάκι, με 67% για το πλαστικό έναντι 33% για το χάρτινο, στα μικρά αστικά κέντρα 78% για το πλαστικό έναντι 22% για το χάρτινο και, τέλος, στις μη αστικές περιοχές 69% για το πλαστικό και 31% για το χάρτινο.
- Όσον αφορά το κατά δήλωση **περιβαλλοντικό ενδιαφέρον**, τα αποτελέσματα είναι τα αναμενόμενα, με αυτούς που δηλώνουν υψηλό περιβαλλοντικό ενδιαφέρον να επιλέγουν το πλαστικό καλαμάκι σε ποσοστό 62% έναντι 38% του χάρτινου, αυτούς που δηλώνουν μέτριο περιβαλλοντικό ενδιαφέρον να προτιμούν το πλαστικό καλαμάκι σε ποσοστό 76% έναντι 24% του χάρτινου και αυτούς που δηλώνουν μικρό έως καθόλου περιβαλλοντικό ενδιαφέρον να προτιμούν το πλαστικό καλαμάκι με το συντριπτικό ποσοστό 84% έναντι του 16% που επιλέγει το χάρτινο.

Στη συνέχεια το δείγμα αναλύθηκε ως προς τη στάση του για τη **διάθεση μόνο χάρτινων καλαμακίων μιας χρήσης**.

- 297 στους 800 ερωτώμενους τάχθηκαν **υπέρ της αποκλειστικής διάθεσης χάρτινων καλαμακίων** και από αυτούς το 63% θα επέλεγε χάρτινο καλαμάκι, όμως το υπόλοιπο 37% –αν είχε τη δυνατότητα– θα προτιμούσε το πλαστικό.
- 154 στους 800 ερωτώμενους δήλωσαν **ουδέτεροι ως προς την αποκλειστική διάθεση χάρτινων καλαμακίων** και αυτοί θα προτιμούσαν το πλαστικό σε ποσοστό 80% έναντι 20% του χάρτινου.
- 349 στους 800 δήλωσαν **κατά της διάθεσης μόνο χάρτινων καλαμακίων** και –όπως ήταν φυσικό– όλοι σχεδόν προτιμούν το πλαστικό καλαμάκι (97% έναντι 3% για το χάρτινο).
- Ολοκληρώνοντας αυτή την ανάλυση με τη **συχνότητα χρήσης καλαμακίων**, χωρίσαμε το δείγμα σε 3 κατηγορίες. Αυτούς που κάνουν καθημερινή χρήση καλαμακίων και οι οποίοι θα επέλεγαν το πλαστικό σε ποσοστό 78% έναντι 22% του χάρτινου, αυτούς που κάνουν εβδομαδιαία χρήση καλαμακίων και δηλώνουν προτίμηση στο πλαστικό σε ποσοστό 68% έναντι 32% για το χάρτινο και σε αυτούς που κάνουν λιγότερο συχνή χρήση και από μία φορά την εβδομάδα και οι οποίοι δηλώνουν ότι θα επέλεγαν το πλαστικό σε ποσοστό 63% έναντι 37% για το χάρτινο. Βλέπουμε, λοιπόν, ότι η προτίμηση στα πλαστικά καλαμάκια εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό και από τη συχνότητα χρήσης τους, εκτός από το περιβαλλοντικό ενδιαφέρον, και αυτοί που κάνουν αραιότερη χρήση καλαμακίων εμφανίζονται περισσότερο διατεθειμένοι να υιοθετήσουν το χάρτινο καλαμάκι.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι **λόγοι για τους οποίους το δείγμα δεν επιλέγει το χάρτινο καλαμάκι**, αλλά και πώς αυτοί διαφοροποιούνται σε σημαντικότητα ανάλογα με τη στάση των πολιτών ως προς την αποκλειστική διάθεση χάρτινων καλαμακίων.

Λόγοι μη Επιλογής Χάρτινου Καλαμακίου

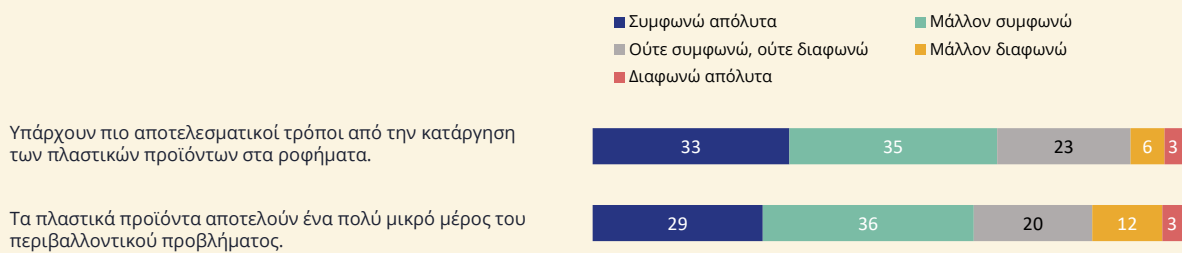


- Οι **κυριότεροι λόγοι** απόρριψης των χάρτινων καλαμακίων είναι ότι λιώνουν εύκολα σε ποσοστό 83% στο σύνολο του δείγματος, ότι δεν είναι ευχάριστη η αίσθησή τους στο στόμα σε ποσοστό 74%, ότι υπάρχουν διαφορετικές ποιότητες από χάρτινα καλαμάκια και ορισμένα χαλάνε πολύ γρήγορα σε ποσοστό 46%, ότι δεν μπαίνουν εύκολα στο ποτήρι σε ποσοστό 42%, ενώ ένα 18% του συνολικού δείγματος δηλώνει ότι δεν επιβαρύνουν τόσο πολύ το περιβάλλον.
- Σε όσους δήλωσαν ότι **τάσσονται υπέρ της διάθεσης μόνο χάρτινων καλαμακίων**, τα ποσοστά αυτά –όπως είναι αναμενόμενο– μειώνονται σε σχέση με το συνολικό δείγμα. Έτσι το ότι τα χάρτινα καλαμάκια λιώνουν εύκολα δηλώνεται σε ποσοστό 69%, το ότι δεν είναι ευχάριστη η αίσθησή τους στο στόμα σε ποσοστό 61%, το ότι υπάρχουν ποιοτικά θέματα σε ποσοστό 45%, το ότι δεν μπαίνουν εύκολα στο ποτήρι σε ποσοστό 36% και σε ό,τι αφορά στο περιβαλλοντικό αποτύπωμα σε ποσοστό 8%.
- Σε όσους δήλωσαν ότι είναι **ουδέτεροι ως προς την αποκλειστική διάθεση χάρτινων καλαμακίων**, τα ποσοστά κάπως αυξάνονται και το ότι λιώνουν εύκολα φτάνει το 78%, το ότι δεν είναι ευχάριστη η αίσθησή τους στο στόμα το 70%, το ότι υπάρχουν ζητήματα ποιότητας το 44%, το ότι δεν μπαίνουν εύκολα στο ποτήρι το 34% και το θέμα του περιβάλλοντος το 10%.
- Τέλος, σε όσους **τάχθηκαν κατά της διάθεσης μόνο χάρτινων καλαμακίων** τα ποσοστά ανεβαίνουν και άλλο και υπερβαίνουν αυτά του γενικού πληθυσμού, με το ότι λιώνουν εύκολα να φτάνει το 89%, το ότι δεν είναι ευχάριστη η αίσθησή τους στο στόμα να φτάνει

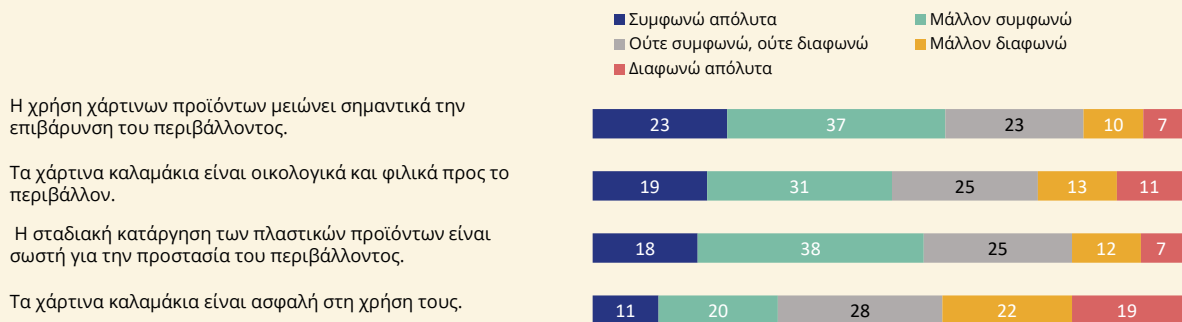
το 79%, το ότι υπάρχουν θέματα ποιότητας σε κάποια από αυτά να φτάνει το 46%, το ότι δεν μπαίνουν εύκολα στο ποτήρι επίσης το 46% και το περιβαλλοντικό αποτύπωμα το 24%.

Ολοκληρώνοντας το πεδίο των ερωτήσεων, τεστάρουμε τον **βαθμό συμφωνίας του δείγματος με συγκεκριμένες δηλώσεις**.

Βαθμός Συμφωνίας με Περιβαλλοντικά Statements



VS

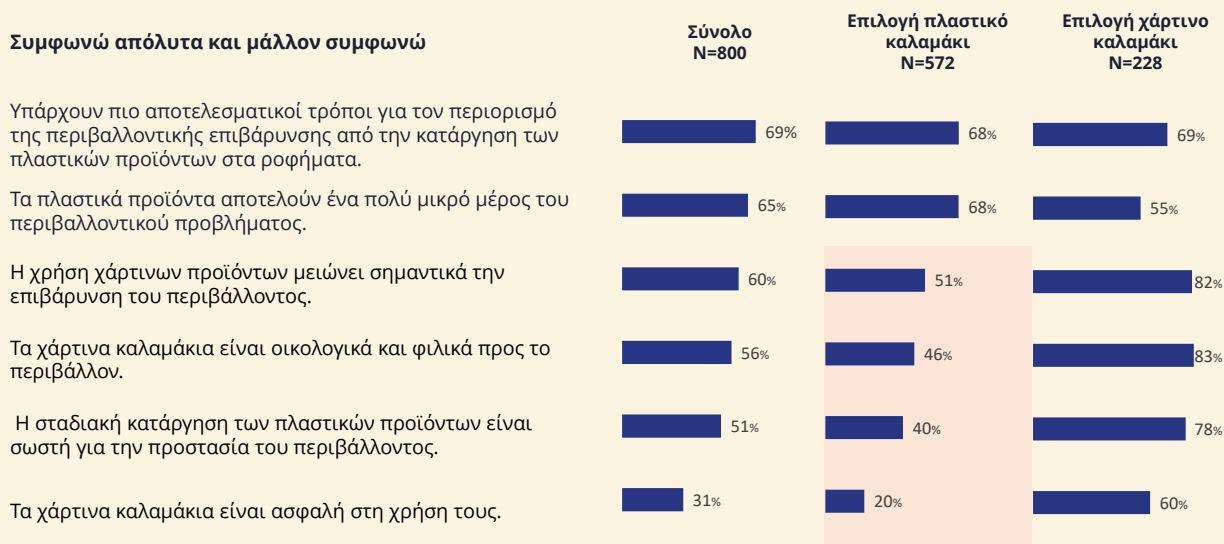


- Στη δήλωση **«υπάρχουν πιο αποτελεσματικοί τρόποι (προστασίας του περιβάλλοντος) από την κατάργηση των πλαστικών προϊόντων στα ροφήματα»** το 33% δηλώνει ότι συμφωνεί απόλυτα, το 35% δηλώνει ότι μάλλον συμφωνεί, το 23% ότι ούτε συμφωνεί, ούτε διαφωνεί, μόλις το 6% δηλώνει ότι διαφωνεί και το 3% ότι διαφωνεί απόλυτα.
- Στη δήλωση ότι **«τα πλαστικά προϊόντα αποτελούν ένα πολύ μικρό μέρος του περιβαλλοντικού προβλήματος»** το 29% δηλώνει ότι συμφωνεί απόλυτα, το 36% ότι μάλλον συμφωνεί, το 20% ούτε συμφωνεί, ούτε διαφωνεί, το 12% μάλλον διαφωνεί και το 3% διαφωνεί απόλυτα.
- Στη δήλωση **«η χρήση των χάρτινων προϊόντων μειώνει σημαντικά την επιβάρυνση του περιβάλλοντος»** το 23% δηλώνει ότι συμφωνεί απόλυτα, το 37% ότι μάλλον συμφωνεί, το 23% ότι ούτε συμφωνεί, ούτε διαφωνεί, το 10% ότι μάλλον διαφωνεί και το 7% ότι διαφωνεί απόλυτα.

- Στη δήλωση «**τα χάρτινα καλαμάκια είναι οικολογικά και φιλικά προς το περιβάλλον**» το 19% δηλώνει ότι συμφωνεί απόλυτα, το 31% ότι μάλλον συμφωνεί, το 25% ούτε συμφωνεί, ούτε διαφωνεί, το 13% ότι μάλλον διαφωνεί και το 11% ότι διαφωνεί απόλυτα.
- Στη δήλωση «**η σταδιακή κατάργηση των πλαστικών προϊόντων είναι σωστή για την προστασία του περιβάλλοντος**» το 18% συμφωνεί απόλυτα, το 38% μάλλον συμφωνεί, το 25% ούτε συμφωνεί, ούτε διαφωνεί, το 12% μάλλον διαφωνεί και το 7% διαφωνεί απόλυτα.
- Τέλος, στη δήλωση «**τα χάρτινα καλαμάκια είναι ασφαλή στη χρήση τους**» μόλις το 11% δηλώνει ότι συμφωνεί απόλυτα, 20% ότι μάλλον συμφωνεί, 28% ότι ούτε συμφωνεί, ούτε διαφωνεί, 22% ότι μάλλον διαφωνεί και ένα πολύ υψηλό 19% ότι διαφωνεί απόλυτα.

Εξετάστηκε επίσης ο βαθμός συμφωνίας με προηγούμενες δηλώσεις περιβαλλοντικού ενδιαφέροντος, τόσο στο γενικό δείγμα, όσο και στα επιμέρους δείγματα αυτών που επιλέγουν το πλαστικό καλαμάκι και αυτών που επιλέγουν το χάρτινο καλαμάκι.

Περιβαλλοντικά Statements Ανάλογα με την Επιλογή Καλαμακίου



- Η δήλωση «**υπάρχουν πιο αποτελεσματικοί τρόποι για τον περιορισμό της περιβαλλοντικής επιβάρυνσης από την κατάργηση των πλαστικών προϊόντων στα ροφήματα**» τυγχάνει αποδοχής 69% στο συνολικό δείγμα, που παραμένει σταθερή στα δυο υποκοινά, καθώς γίνεται 68% σε όσους επιλέγουν πλαστικό καλαμάκι και 69% σε όσους επιλέγουν χάρτινο.

- Με τη δήλωση **«τα πλαστικά προϊόντα αποτελούν ένα πολύ μικρό μέρος του περιβαλλοντικού προβλήματος»** συμφωνεί το 65% του συνολικού δείγματος, που αναλύεται σε 68% για όσους επιλέγουν το πλαστικό καλαμάκι και 55% για όσους επιλέγουν το χάρτινο.
- Με τη δήλωση **«η χρήση χάρτινων προϊόντων μειώνει σημαντικά την επιβάρυνση του περιβάλλοντος»** συμφωνεί το 60% του συνολικού δείγματος, το 51% όσων επιλέγουν πλαστικό καλαμάκι και ένα πολύ ισχυρό και αναμενόμενο 82% όσων επιλέγουν το χάρτινο.
- Με τη δήλωση **«τα χάρτινα καλαμάκια είναι οικολογικά προς το περιβάλλον»** συμφωνεί το 56% του γενικού πληθυσμού, το οποίο αναλύεται σε 46% όσων επιλέγουν το πλαστικό καλαμάκι και 83% όσων επιλέγουν δικαιολογημένα το χάρτινο.
- Με τη δήλωση **«η σταδιακή κατάργηση των πλαστικών προϊόντων είναι σωστή για την προστασία του περιβάλλοντος»** συμφωνεί το 51% του δείγματος, το 40% αυτών που επιλέγουν το πλαστικό καλαμάκι και το 78% αυτών που επιλέγουν το χάρτινο.
- Τέλος, με τη δήλωση **«τα χάρτινα καλαμάκια είναι ασφαλή στη χρήση τους»** συμφωνεί μόλις το 31% του γενικού δείγματος, ένα ελάχιστο 20% όσων επιλέγουν το πλαστικό καλαμάκι και ένα επίσης συγκριτικά χαμηλό 60% όσων επιλέγουν το χάρτινο.

Μέρος Γ

Παρατηρήσεις επί των Ευρημάτων

Ξεκινώντας από την αξιολόγηση της περιβαλλοντικής ευαισθησίας, όπως αυτή προκύπτει από τα ερωτήματα που θέσαμε στο δείγμα μας, οι Έλληνες πολίτες θεωρούν εαυτούς ευαισθητοποιημένους για το φαινόμενο της κλιματικής αλλαγής, ενώ φαίνεται να αντιλαμβάνονται τη συμβολή τους στο ζήτημα της μείωσης των πλαστικών μιας χρήσης ως σημαντική. Ενδεικτικό αυτής της ευαισθητοποίησης είναι και το γεγονός ότι δηλώνουν σε υψηλό ποσοστό ότι κατανοούν μια σειρά από διαδεδομένους όρους που σχετίζονται με το περιβάλλον.

Στο σημείο αυτό προκύπτει το πρώτο μας παράδοξο. Παρά τη θετική αυτή εικόνα, σε πολύ μικρότερο βαθμό οι Έλληνες δηλώνουν ότι έχουν υιοθετήσει πρακτικές για τη μείωση των πλαστικών. Είναι δε χαρακτηριστικό ότι, ακόμη και ανάμεσα σε όσους δηλώνουν υψηλό περιβαλλοντικό ενδιαφέρον, μόνο το 38% έχει λάβει σε μεγάλο βαθμό μέτρα για τη μείωση των πλαστικών, ενώ στα υπόλοιπα δύο κοινά το ποσοστό αυτό υποχωρεί στο 10%!

Προχωρώντας στις γνώσεις, στην άποψη, αλλά και στην αντιλαμβανόμενη αποτελεσματικότητα του νομοσχεδίου για τη μείωση των πλαστικών (Νόμος 4736/2020), οι Έλληνες γνωρίζουν στο σύνολό τους για το νομοσχέδιο, έστω ονομαστικά, όμως όσον αφορά την αντιλαμβανόμενη αποτελεσματικότητά του αυτή αξιολογείται στην καλύτερη περίπτωση ως μερική. Ενώ λοιπόν το νομοσχέδιο αλλά και οι επιμέρους εφαρμογές του είναι γνωστές, δεν χαίρουν απήχησης στο σύνολο των Ελλήνων, με τον μεγαλύτερο βαθμό αρνητικών αντιδράσεων να προέρχεται από την κατάργηση των πλαστικών καλαμακίων, κάτι που τα ευρήματα της έρευνάς μας βοηθά να καταλάβουμε καλύτερα.

Πιο συγκεκριμένα, αξιολογώντας την εφαρμογή του νομοσχεδίου, για τα 2/3 των Ελλήνων η χρήση πλαστικών καλαμακίων και ποτηριών φαίνεται να έχει περιοριστεί αρκετά, ενώ η άποψη για το νομοσχέδιο συνολικά ρέπει προς το θετικό. Παρά ταύτα, κοιτάζοντας τις ειδικές εφαρμογές του νομοσχεδίου, διακρίνουμε ότι η θετική αυτή άποψη οφείλεται κυρίως στη σταδιακή κατάργηση πλαστικών ποτηριών και καπακιών και η δυσαρέσκεια κυρίως στα χάρτινα καλαμάκια και δευτερευόντως στα μπουκάλια νερού μόνο με αποσπώμενο καπάκι.

Εστιάζοντας στο ζήτημα της διάθεσης μόνο χάρτινων καλαμακίων, η ελληνική κοινωνία στο σύνολό της, αν και διχασμένη στο ζήτημα, στέκεται σχετικώς αρνητική (45% κατά / 37% υπέρ), ενώ εξετάζοντας τα επιμέρους κοινά διακρίνουμε πως οι νεότερες γενιές και οι κάτοικοι μικρών αστικών κέντρων είναι οι πιο αρνητικοί στο συγκεκριμένο μέτρο. Ιδιαίτερα σε ό,τι αφορά τις νεότερες γενιές, πρόκειται για ένα εύρημα που έχει αυξημένο ενδιαφέρον, καθώς έρχεται σε αντίθεση με την προσδοκία μας ότι θα ήταν θετικότερες απέναντι σε ένα μέτρο περιβαλλοντικής φύσης, ως πιο ευαισθητοποιημένες στα ζητήματα αυτά. Τίθεται το ερώτημα αν θεωρούν το ζήτημα των πλαστικών καλαμακίων λιγότερο σημαντικό για το περιβάλλον ή αν συντρέχει κάποιος άλλος λόγος που δεν γίνεται σε πρώτη ανάγνωση αντιληπτός. Ενδιαφέρον παρουσιάζει, πάντως, και το γεγονός ότι, ακόμη και στο κοινό με κατά δήλωση υψηλό περιβαλλοντικό ενδιαφέρον, πάνω από το 1/3 του δείγματός μας διαφωνεί με το συγκεκριμένο μέτρο.

Αξιολογώντας τις αντιδράσεις σε κάποια άλλα από τα μέτρα που έχουν υιοθετηθεί, σε ό,τι αφορά την εφαρμογή περιβαλλοντικού τέλους στις πλαστικές σακούλες, οι περισσότεροι

Έλληνες γνωρίζουν για αυτό, ενώ πάνω από 6 στους 10 γνωρίζουν για την επιβολή τέλους στα ροφήματα σε πλαστικό. Η ετυμηγορία και για αυτά τα μέτρα είναι μάλλον αρνητική: λιγότεροι από τους μισούς Έλληνες συμφωνούν με την εφαρμογή τους.

Τέλος, έχει ενδιαφέρον το γεγονός ότι, από το φάσμα των θετικών περιβαλλοντικών μέτρων που εφαρμόζονται σε σημεία πώλησης, εκείνο το οποίο έχει αποτυπωθεί περισσότερο στο μυαλό των Ελλήνων ως φιλική προς το περιβάλλον πρακτική που υιοθετείται από τα καταστήματα είναι η διάθεση μόνο χάρτινων καλαμακίων. Η δυνατότητα χρήσης σκεύους του πελάτη, η πώληση επαναχρησιμοποιούμενων προϊόντων και η μικρότερη χρέωση σε πελάτες που χρησιμοποιούν το δικό τους σκεύος μοιάζει να περνούν πιο απαρατήρητα ως μέτρα.

Προχωρώντας τώρα από το νομοσχέδιο για τα πλαστικά προϊόντα μιας χρήσης στις κατά δήλωση στάσεις και συμπεριφορές που δίνουν μια εικόνα της συμμόρφωσης σε αυτό, βλέπουμε ότι αρκετά χρόνια μετά την ψήφιση του νομοσχεδίου η χρήση ή αγορά προϊόντων μιας χρήσης παραμένει αρκετά υψηλή για τους Έλληνες, με 1 στους 2 να αγοράζει/χρησιμοποιεί σχεδόν καθημερινά ροφήματα και καλαμάκια γι' αυτά και 4 στους 10 να αγοράζουν νερό σε πλαστικό μπουκάλι. Όσο για την εκτός σπιτιού χρήση καλαμακίων, είναι υψηλότερη στους άνδρες, τους Millennials, τους Αθηναίους και τους κατοίκους μεγάλων αστικών κέντρων, ενώ ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι το κατά δήλωση υψηλό περιβαλλοντικό ενδιαφέρον δεν επηρεάζει αρκετά τις καταναλωτικές συμπεριφορές στο πεδίο αυτό.

Συγκρίνοντας τώρα τα εναλλακτικά προϊόντα για χρήση εκτός σπιτιού, προκύπτει πως για την ώρα, η χρήση σκεύους αλλά και καλαμακίου πολλαπλών χρήσεων αποτελεί μια περιστασιακή μόνο συνήθεια, σε αντίθεση με τη «χάρτινη» επιλογή που είναι πιο διαδεδομένη στην επιλογή κυπέλλου και δευτερευόντως στην επιλογή καλαμακίου.

Σε ό,τι αφορά τη διαφοροποίηση της συμπεριφοράς του δείγματός μας στο καλαμάκι που επιλέγουν, η χρήση πλαστικού καλαμακίου παραμένει η δημοφιλέστερη επιλογή όταν πρόκειται για ρόφημα στο σπίτι, με την επιλογή καλαμακίου πολλαπλών χρήσεων να κερδίζει ως εναλλακτική έναντι του χάρτινου. Εκτός σπιτιού, τα χάρτινα καλαμάκια έχουν το προβάδισμα (46%), όμως τα πλαστικά, παρά την απαγόρευση, διατηρούν ένα σημαντικό μερίδιο (39%), ενώ το καλαμάκι πολλαπλών χρήσεων, όπως είναι αναμενόμενο χάρη στην αντικειμενική δυσκολία υιοθέτησης της σχετικής συνήθειας, χρησιμοποιείται πολύ λιγότερο (15%). Σε ό,τι αφορά τα επιμέρους κοινά, στην εκτός σπιτιού χρήση, οι γυναίκες και οι κάτοικοι Θεσσαλονίκης προτιμούν συχνότερα τα χάρτινα καλαμάκια, ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός πως όσοι δηλώνουν μέτριο περιβαλλοντικό ενδιαφέρον χρησιμοποιούν στην ίδια συχνότητα χάρτινα καλαμάκια, γεγονός που μαρτυρά μια έστω παθητική αποδοχή του νομοσχεδίου. Στην εντός σπιτιού χρήση διακρίνουμε μια εικόνα εντελώς διαφορετική, με το χάρτινο καλαμάκι να μην κερδίζει στα πιο ευαίσθητοποιημένα στο ζήτημα κοινά (γυναίκες, Baby Boomers και άτομα με υψηλό περιβαλλοντικό ενδιαφέρον), στα οποία η χρήση καλαμακίων πολλαπλών χρήσεων είναι εκείνη που κερδίζει έδαφος.

Σε αντίθεση με τα πλαστικά καλαμάκια, όπου η εικόνα προβληματίζει σε σχέση με τη συμμόρφωση του κόσμου απέναντι στην απαγόρευσή τους, οι πλαστικές επιλογές είναι ξεκάθαρα λιγότερο δημοφιλείς στα προϊόντα μιας χρήσης που συνοδεύουν τα έτοιμα γεύματα. Τα πλαστικά καλαμάκια ξεχωρίζουν όμως αρνητικά και στην ερώτηση «αν είχες εσύ την επιλογή στο σημείο πώλησης ροφημάτων, τι κύπελλο/καλαμάκι/ποτήρι θα επέλεγες;»,

όπου οι χάρτινες επιλογές των προϊόντων μιας χρήσης προκύπτει πως είναι δημοφιλείς στους Έλληνες, με την εξαίρεση των καλαμακίων.

Εστιάζοντας στα επιμέρους κοινά και προσπαθώντας να καταλάβουμε καλύτερα τι συμβαίνει με τα καλαμάκια, στο σύνολό τους, όλες οι δημογραφικές κατηγορίες έχουν προτίμηση στα πλαστικά, μια τάση που πάντως καταγράφεται ακόμη εντονότερη στις νεότερες γενιές και στους κατοίκους μικρών αστικών κέντρων. Εξαιρετικά ενδιαφέρον είναι το εύρημα ότι η προτίμηση στα πλαστικά καλαμάκια εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό και από τη συχνότητα χρήσης τους, πέραν του περιβαλλοντικού ενδιαφέροντος των ερωτηθέντων, το οποίο πιθανώς μας προιδεάζει για ζητήματα λειτουργικότητας και αρνητικής εμπειρίας που σχετίζονται με τις χάρτινες εναλλακτικές. Παράλληλα, ακόμη και μεταξύ όσων συμφωνούν επί της αρχής με τη διάθεση μόνο χάρτινων καλαμακίων, υπάρχει ένα 37% το οποίο θα επέλεγε πλαστικό καλαμάκι.

Φτάνοντας στους λόγους μη προτίμησης χάρτινου καλαμακίου, παρατηρούμε ότι, όπως προμήνυαν οι απαντήσεις σε προηγούμενες ερωτήσεις, οι δύο κυριότεροι λόγοι μη επιλογής χάρτινων καλαμακίων σχετίζονται με την εμπειρία της χρήσης τους («λιώνουν εύκολα» με 83% και «δεν είναι ευχάριστη η αίσθησή τους στο στόμα» με 74% επί του συνόλου). Το επιχείρημα για την ύπαρξη χαμηλής ποιότητας καλαμακίων ακολουθεί αλλά είναι σαφώς χαμηλότερα (46%). Επίσης αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι δεν αναφέρθηκαν αυθόρμητα λόγοι υγειονομικού ενδιαφέροντος που να σχετίζονται με τη μη χρήση των χάρτινων καλαμακίων, παρά το γεγονός ότι, έναν περίπου μήνα πριν από τη διενέργεια της έρευνας, είχε λάβει σημαντική δημοσιότητα μελέτη Βέλγων ερευνητών σύμφωνα με την οποία καλαμάκια από χαρτί και μπαμπού περιέχουν κάποιες δυνητικά επιβλαβείς ουσίες [22].

Κλείνοντας την αξιολόγηση των ευρημάτων μας, από τον βαθμό συμφωνίας του δείγματός μας με μια σειρά από περιβαλλοντικές δηλώσεις προκύπτει ως κυρίαρχη η αντίληψη ότι η υιοθέτηση πρακτικών κατάργησης των πλαστικών είναι αναποτελεσματική, παρατηρείται μια παράλυση σχετικά με το αν εντέλει λειτουργούν βελτιωτικά προς το περιβάλλον και μια αμφιθυμία σχετικά με την ασφάλεια ως προς τη χρήση τους. Για τα καλαμάκια πιο συγκεκριμένα, τόσο όσοι επιλέγουν χάρτινο όσο και εκείνοι που επιλέγουν πλαστικό θεωρούν πως υπάρχουν πιο αποτελεσματικοί τρόποι αντιμετώπισης της περιβαλλοντικής επιβάρυνσης από την κατάργηση των πλαστικών στα ροφήματα και πως τα πλαστικά αποτελούν ένα μικρό μέρος του προβλήματος. Διαφοροποιούνται εντούτοις έντονα στο κατά πόσο εκείνα είναι εντέλει οικολογικά και κυρίως ασφαλή ως προς τη χρήση τους.

Συμπεράσματα Έρευνας

Σύμφωνα με τα ευρήματα της ποσοτικής μας διερεύνησης, τα χάρτινα καλαμάκια αποτελούν τη λιγότερο αποδεκτή εναλλακτική ανάμεσα στα προϊόντα μιας χρήσης που εξετάστηκαν. Η κατάργηση χρήσης των πλαστικών καλαμακίων αναδεικνύεται έτσι ως το πεδίο εφαρμογής του νομοσχεδίου για τα πλαστικά μιας χρήσης που προβληματίζει περισσότερο.

Σε επίπεδο συμπεριφοράς, η χρήση χάρτινου καλαμακίου γίνεται από τους μισούς Έλληνες και είναι υψηλότερη από λ.χ. τη χρήση πλαστικού καπακίου. Ωστόσο, σε επίπεδο προτίμησης, τα χάρτινα καλαμάκια χαίρουν μικρότερης απήχησης, με μόνο ένα 28% των Ελλήνων να

δηλώνει ότι θα τα προτιμούσε, αν είχε την επιλογή. Η όποια χρήση τους βασίζεται κυρίως στη συμμόρφωση με το νομοθετικό πλαίσιο παρά σε μια συνειδητή πράξη.

Η σαφής προτίμηση στα πλαστικά καλαμάκια σχετίζεται άμεσα με τη συχνότητα της χρήσης. Είναι ξεκάθαρο ότι, ειδικά για τους heavy users της κατηγορίας, το πλαστικό καλαμάκι θεωρείται ανώτερο του χάρτινου. Δεν πρέπει να αγνοήσουμε στο σημείο αυτό την αναπόφευκτη σύγκριση με το χάρτινο ποτήρι που, αντίθετα με το χάρτινο καλαμάκι, θεωρείται σαφώς ανώτερο ποιοτικά προϊόν από το πλαστικό ποτήρι.

Παρότι υπάρχει συσχέτιση μεταξύ περιβαλλοντικού ενδιαφέροντος και χρήσης χάρτινου καλαμακίου, μια επικοινωνιακή στρατηγική για τη βελτίωση της απήχησής τους δεν θα μπορούσε να βασιστεί εξ ολοκλήρου στην ευαισθητοποίηση για το περιβάλλον, από τη στιγμή που:

- Τα χάρτινα καλαμάκια δεν θεωρούνται μια οικολογική εναλλακτική για τους μισούς Έλληνες,
- Η υιοθέτηση αυτής της συμπεριφοράς έχει αντιλαμβανόμενη μικρή αποτελεσματικότητα από όλους, ενώ ακόμα και οι πλέον ενδιαφερόμενοι για το περιβάλλον συνεχίζουν να χρησιμοποιούν πλαστικά καλαμάκια.
- Η αγορά ροφημάτων είναι μια καθημερινή συνήθεια για τους μισούς Έλληνες και διέπεται από τις ανάλογες απαιτήσεις.

Οι κύριοι λόγοι μη χρήσης χάρτινων καλαμακίων σχετίζονται με την κακή εμπειρία χρήσης και με τη γενικότερη αντίληψη ότι τα χάρτινα καλαμάκια είναι κακής ποιότητας. Είναι χαρακτηριστικό ότι σχεδόν 1 στους 2 από εκείνους που προτιμάνε πλαστικό καλαμάκι δηλώνει πως το κάνει εξαιτίας της χαμηλής ποιότητας των διαθέσιμων επιλογών σε χάρτινα καλαμάκια, ανεξαρτήτως συμφωνίας ή διαφωνίας με το μέτρο. Μια επικοινωνία η οποία θα κινούνταν στη διάψευση αυτών των αντιλήψεων, με πιθανή αλλαγή προδιαγραφών και ονομασίας (π.χ. από χάρτινα σε fiber καλαμάκια) θα μπορούσε να λειτουργήσει θετικά.

Σε κάθε περίπτωση, η αύξηση της διείσδυσης και η διεύρυνση της καταναλωτικής αποδοχής για τα χάρτινα καλαμάκια αναπόφευκτα συνδέεται και με τη διαθεσιμότητα του πλαστικού καλαμακίου που, παρά τη θέσπιση του νόμου, φαίνεται να παραμένει κραταιό, αν κρίνουμε από τα ευρήματα της έρευνάς μας. Το γεγονός αυτό καταδεικνύει την αναγκαιότητα αντιμετώπισης του συγκεκριμένου προβλήματος από τις αρμόδιες αρχές, στην πηγή του, δηλαδή στην προμήθεια και διαθεσιμότητα πλαστικών καλαμακίων, παράλληλα με την όποια επικοινωνιακή προσπάθεια με εστίαση στους καταναλωτές.

Πηγές

[1]

Ε. Ανδρεάδη, «Ένα Τεράστιο Πλαστικό Πρόβλημα— Και Γιατί Σε Αφορά», αθηNEA, 2017.

[2]

Center for International Environmental Law, «Fossil Fuels & Plastic» [Ηλεκτρονικό]. Available: <https://www.ciel.org/issue/fossil-fuels-plastic/#:~:text=Over%2099%25%20of%20plastic%20is,in%20the%20US%20and%20beyond..>

[3]

Ellen MacArthur Foundation, «The New Plastics Economy: Rethinking the Future of Plastics & Catalysing Action», 2017. [Ηλεκτρονικό]. Available: <https://emf.thirdlight.com/file/24/RrpCWLER-yBWPZRrwSoRrB-9KM2/The%20New%20Plastics%20Economy%3A%20Rethinking%20the%20future%20of%20plastics%20%26%20catalysing%20action.pdf>.

[4]

D. Padilla-Vasquez, «Protect Our Planet From Plastic Pollution: 5 Things To Know», United Nations Foundation, 2024.

[5]

Ocean Conservancy, «Fighting for Trash Free Seas®» [Ηλεκτρονικό]. Available: <https://oceanconservancy.org/trash-free-seas/plastics-in-the-ocean/>.

[6]

World Economic Forum, «The New Plastics Economy: Rethinking the Future of Plastics», 2016. [Ηλεκτρονικό]. Available: https://www3.weforum.org/docs/WEF_The_New_Plastics_Economy.pdf. [Πρόσβαση 1 May 2024].

[7]

United Nations, «In Images: Plastic is Forever», 2021. [Ηλεκτρονικό]. Available: <https://www.un.org/en/exhibits/exhibit/in-images-plastic-forever#:~:text=Plastic%20waste%20can%20take%20anywhere,in%20the%20last%2013%20years>. [Πρόσβαση 8 May 2024].

[8]

S. Dutchen, «Harvard Medicine», 2023. [Ηλεκτρονικό]. Available: <https://magazine.hms.harvard.edu/articles/microplastics-everywhere>.

[9]

Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, «Μικροπλαστικά: Πηγές, Επιπτώσεις, Λύσεις», 2018. [Ηλεκτρονικό]. Available: <https://www.europarl.europa.eu/topics/el/article/20181116STO19217/mikroplastika-piges-epiptoseis-luseis>.

[10]

A. Kelly, D. Lannuzel, T. Rodemann, K. Meiners και Η. J. Auman, «Microplastic Contamination in East Antarctic Sea Ice», Marine Pollution Bulletin, τ. 154, 2020.

[11]

A. J. Jamieson, L. Brooks, W. Reid, S. Piertney, B. Narayanaswamy και T. D. Linley, «Microplastics and

Synthetic Particles Ingested by Deep-Sea Amphipods in Six of the Deepest Marine Ecosystems on Earth», Royal Society Open Science, τ. 6, αρ. 2, 2019.

[12]

W. Yize, H. Okochi, Y. Tani, H. Hayami, Y. Minami, N. Katsumi, M. Takeuchi, A. Sorimachi, Y. Fujii, M. Kajino, K. Adachi, Y. Ishihara, Y. Iwamoto και Y. Niida, «Airborne Hydrophilic Microplastics in Cloud Water at High Altitudes and their Role in Cloud Formation», Environmental Chemistry Letters, τ. 21, 2023.

[13]

A. A. Koelmans, N. H. Mohamed Nor, E. Hermsen, M. Kooi, S. M. Mintenig και J. De France, «Microplastics in Freshwaters and Drinking Water: Critical Review and Assessment of Data Quality», Water Research, τ. 155, 2019.

[14]

World Health Organization, «Dietary and Inhalation Exposure to Nano- and Microplastic Particles and Potential Implications for Human Health», 2022. [Ηλεκτρονικό]. Available: <https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/362049/9789240054608-eng.pdf?sequence=1>.

[15]

OECD, «Climate Change and Plastics Pollution», 2023. [Ηλεκτρονικό]. Available: <https://www.oecd.org/environment/plastics/Policy-Highlights-Climate-change-and-plastics-pollution-Synergies-between-two-crucial-environmental-challenges.pdf>.

[16]

Water Footprint Calculator, «Your Plastic Has a Water Footprint», 2020. [Ηλεκτρονικό]. Available: <https://watercalculator.org/news/news-briefs/your-plastic-water-footprint/#:~:text=The%20water%20footprint%20of%20plastic,stagginger%20when%20viewed%20in%20total>.

[17]

European Parliament, «How to Reduce Plastic Waste: EU Strategy Explained», 2018. [Ηλεκτρονικό]. Available: <https://www.europarl.europa.eu/topics/en/article/20180830STO11347/how-to-reduce-plastic-waste-eu-strategy-explained>.

[18]

Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, «Το Σχέδιο Δράσης της ΕΕ για τη Μετάβαση σε μια Κυκλική Οικονομία έως το 2050», 2021. [Ηλεκτρονικό]. Available: <https://www.europarl.europa.eu/topics/el/article/20210128STO96607/to-schedio-drasis-tis-ee-gia-ti-metavasi-se-mia-kukliki-oikonomia-eos-to-2050>.

[19]

European Commission, «Plastics Strategy» [Ηλεκτρονικό]. Available: https://environment.ec.europa.eu/strategy/plastics-strategy_en.

[20]

Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, «Πλαστικά στους Ωκεανούς: Στοιχεία, Επιπτώσεις και Νέοι Κανόνες», 2018. [Ηλεκτρονικό]. Available: <https://www.europarl.europa.eu/topics/el/article/20181005STO15110/plastika-stous-okeanous-stoicheia-epiptoseis-kai-neoi-kanones>.

[21]

EUR-Lex, «Οδηγία (ΕΕ) 2019/904 Σχετικά με τη Μείωση των Επιπτώσεων Ορισμένων Πλαστικών Προϊόντων στο Περιβάλλον» [Ηλεκτρονικό]. Available: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/HTML/?uri=LEGISSUM:4393034>.

[22]

P. Boisacq, M. De Keuster, E. Prinsen, Y. Jeong, L. Bervoets, M. Eens, A. Covaci, T. Willems και T. Groffen, «Assessment of Poly- and Perfluoroalkyl Substances (PFAS) in Commercially Available Drinking Straws Using Targeted and Suspect Screening Approaches», Food Additives & Contaminants: Part A, τ. 40, αρ. 9, 2023.

διορατικός -ή -ό

που έχει την ικανότητα να αντιλαμβάνεται τη ροή των εξελίξεων και να σχηματίζει αντίληψη για το πώς θα είναι τα πράγματα στο μέλλον

Βρισκόμαστε σ' ένα σταυροδρόμι για το μέλλον της Ελλάδας αλλά και του πλανήτη.

Για να κατανοήσουμε την κομβικότητα της συγκυρίας, να παρακολουθήσουμε τις ραγδαίες εξελίξεις, αλλά και να αντιληφθούμε εγκαίρως τη θέση μας σε αυτές, έχουμε ανάγκη από οργανισμούς που ξεφεύγουν από τα στεγανά άλλων εποχών.

Που κάνουν νέα πράγματα, που βλέπουν τον κόσμο σφαιρικά, που αξιοποιούν καινοτόμα εργαλεία και εξελίσσονται συνέχεια, με στόχο να διαμορφώσουν έγκαιρα την αντίληψή τους για το τι έρχεται.

Η αθηNEA είναι ένας οργανισμός που έχει τα μάτια του στραμμένα στο μέλλον.

Το flagship προϊόν της είναι το βραβευμένο, ομώνυμο newsletter που δεκάδες χιλιάδες συνδρομητές λαμβάνουν καθημερινά. Ανοίγει δρόμο στη θορυβώδη επικαιρότητα και αναδεικνύει όλα όσα αξίζει να παρακολουθεί κανείς σε ημερήσια βάση για να είναι ουσιαστικά ενημερωμένος.

Την ενημέρωση των αναγνωστών μας αγκαλιάζουν ακόμα τα vertical newsletters της αθηNEAs για μια σειρά από θεματικές, οι έρευνές μας, τα άρθρα στο portal μας, τα τηλεοπτικά docuseries στα οποία είμαστε συμπαραγωγοί, όπως το #BraveNewGreece, τα infographics, τα e-books μας και, το περιοδικό Carpe Vinum, μια έκδοση που κυκλοφορεί δυο φορές τον χρόνο και είναι αφιερωμένη στη γαστρονομία.

Εμπλουτίζουμε την καθημερινότητα του κοινού μας με ερεθίσματα που τους κάνουν να σκέφτονται διαφορετικά, επιδιώκουμε να είμαστε ως μέσο ενημέρωσης εκείνο που επιλέγει μια νέα γενιά Ελλήνων –δυναμική, μορφωμένη, εξωστρεφής και απαιτητική– που αναζητά μια ολοκληρωμένη ενημέρωση προσανατολισμένη στα δικά της ενδιαφέροντα.

**Ανακαλύψτε τον κόσμο της αθηNEAs σήμερα κιόλας,
κάνοντας δωρεάν εγγραφή στο newsletter**

a8inea.com/signup

Ταυτότητα Έκδοσης

Εκδότρια & CEO: Μαριάννα Σκυλακάκη
Συγγραφή: Μαριάννα Σκυλακάκη, Γιώργος Βελισσάριος
Ποσοτική Έρευνα: aed
Επιμέλεια: Δέσποινα Ράμμου
Γραφιστική Επιμέλεια: Όλγα Αντωνέα
Επικοινωνία Έρευνας: Μαρία Σπανουδάκη

Για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με την έρευνα επικοινωνήστε μαζί μας στο a8inea@a8inea.com