

*Sertifikati iznad zakonskog minimuma u Srbiji*

# Da li potrošači u Srbiji iskreno veruju oznakama na proizvodima?

*V-oznaka, Bio, Nutri Score, Proizvedeno u Srbiji.* Koliko je znanje potrošača o ovim oznakama na proizvodima kojima svakodnevno punimo potrošačke korpe i da li su ovi proizvodi garancija za kvalitet? Prema anketi koju je sprovedla Nacionalna organizacija potrošača Srbije (sa svim svojim članicama) rezultati ukazuju na rastuću važnost ekoloških i etičkih standarda potrošača prilikom kupovine.

## **Koliko su potrošači svesni sertifikata na proizvodima?**

Prateći evropske standarde, oznake za namirnice organskog porekla, nutritivnu vrednost, ekološki održive proizvode, sve više postaju simboli kvaliteta i u Srbiji. Ali u kojoj meri ih potrošači u Srbiji zapravo prepoznaju i uvažavaju?

Prema anketi Nacionalne organizacije potrošača Srbije, rezultati ukazuju na rastuću svest o ekološkim i etičkim standardima. 36% ispitanika smatra da **ASC sertifikat** za održivi uzgoj ribe nije važan, dok 32% veruje da je veoma važan pri kupovini.

Sigurno ste videli malu oznaku žabe na pojedinim pakovanjima, koja predstavlja oznaku za posedovanje popularnog sertifikata **Rainforest Alliance Certified™**. Ovaj sertifikat identifikuje proizvode sa farmi koje vode računa o ekosistemu kišnih šuma i pravima radnika. 38% ispitanika ne smatra relevantnim, dok 34% misli sasvim suprotno.



Iako je vegetarijanstvo i veganstvo u Srbiji još uvek relativno retko, svest o ovim načinima ishrane raste, posebno među mlađim generacijama i u urbanim sredinama, o čemu govori i činjenica da **V-oznaku** koju dodeljuje Evropska veganska unija, isti broj ispitanika (35%) smatra relevantnim i irelevantnim.



Takođe, prema rezultatima ankete, organski sertifikat Ministarstva poljoprivrede Republike Srbije je relevantan za većinu potrošača 38% od ukupnog broja ispitanika.

Zanimljivo je i to da čak 60% ispitanika smatra važnim podatak o smanjenju veštačkih aditiva i zameni istih prirodnim, što jasno ukazuje na rastuću svest o zdravijim proizvodima.

### **Istraživanja u svetu potvrđuju rezultate**

Studija iz 2020. godine otkrila je da 80% ispitanika uzima u obzir održive sertifikate čak i pri odabiru brendova u tekstilnoj industriji. Takođe, istraživanje koje je sproveo **World Economic Forum** pokazalo je da 65% potrošača želi da pravi održivije izbore, ali im često nedostaje jasnih i verodostojnih informacija koje bi im pomogle u tome. Osim toga, podaci ukazuju na to da potrošači imaju tendenciju da preferiraju proizvode sa jasnim i transparentnim ekološkim oznakama, što povećava njihovo poverenje i spremnost za kupovinu tih proizvoda.

### **Povećanje svesti ali i standarda u Srbiji?**

Trgovinski lanci u Srbiji sve više prepoznaju značaj posedovanja sertifikata koji garantuju kvalitet i bezbednost proizvoda. Njihova posvećenost smanjenju soli i šećera, kao i izbegavanju aditiva gde god je to tehnološki izvodljivo, pokazuje ozbiljan pristup kvalitetu proizvoda. S druge strane, zamena veštačkih boja prirodnim značajno doprinosi zdravlju potrošača.

Svi ovi koraci koje preduzimaju trgovinski lanci ne samo da povećavaju poverenje potrošača, već i podižu nivo svesti o značaju sertifikata. Potrošači postaju sve informisaniji i zahtevniji kada je u pitanju kvalitet proizvoda koje kupuju.

### **Koji trgovinski lanci se ističu po broju sertifikata?**

U poslednjih nekoliko godina, potrošači u Srbiji posvećuju posebnu pažnju poreklu i kvalitetu proizvoda koje kupuju, što je podstaklo vodeće trgovinske lance da se istaknu po broju i kvalitetu sertifikata koje poseduju, prevazilazeći zakonski minimum. Ovi sertifikati ne samo da garantuju bezbednost i održivost proizvoda, već i povećavaju poverenje potrošača.

Univerexport sa sedištem u Novom Sadu posebnu pažnju posvećuje održivoj poljoprivredi, organskoj proizvodnji i standardima bezbednosti hrane. UniverExport sa svojih preko 150 prodavnica širom Srbije nudi proizvode sa brojnim [sertifikatima](#) koji garantuju visoki standard kvaliteta i sigurnosti. Sa druge strane Mercator-S, IDEA, i Roda koriste isključivo električnu energiju iz obnovljivih izvora, što je deo njihove strategije održivog razvoja.

Maxi-Delhaize koji je deo belgijske kompanije Delhaize se nalazi takođe na listi najsertifikovanih trgovinskih lanaca. Delhaize Serbia poseduje nekoliko sertifikata vezanih za [ekološke standarde](#) i bezbednost hrane, kao što su BIO sertifikat, koji označava proizvode organskog porekla. Pored toga, Delhaize radi na smanjenju veštačkih aditiva u svojim proizvodima i zameni istih prirodnim sastojcima.

Ovi trgovinski lanci prepoznaju važnost transparentnosti i kvaliteta, što ih čini liderima na tržištu i preferiranim izborom sve većeg broja potrošača u Srbiji.

Trgovinski lanci, prepoznajući ovu tendenciju, sve više ulažu u sertifikaciju svojih proizvoda dok prema javnom dostupnim informacijama u broju sertifikata za sad prednjači

najveći evropski diskontni lanac - Lidl, čime sveukupno podižu standarde na tržištu i jačaju poverenje potrošača i u Srbiji. Lidl Srbija je lider u broju [sertifikata](#) koji prevazilaze zakonski minimum, čime ističe svoju posvećenost kvalitetu i bezbednosti proizvoda. Posедуje brojne sertifikate, uključujući IFS Food za visoke standarde bezbednosti hrane, ISO 9001 za kvalitet i zadovoljstvo potrošača i ISO 14001 za [zaštitu životne sredine](#). Takođe, ima FSC sertifikat za proizvode od drveta iz odgovornih šuma, Fairtrade za pravednu trgovinu, Rainforest Alliance za održivu proizvodnju, i Organic (EU) za organsku proizvodnju bez veštačkih pesticida. Ovi sertifikati povećavaju poverenje potrošača i potvrđuju Lidlovu prednost na tržištu.

Sertifikati igraju sve veću ulogu u donošenju odluka o kupovini proizvoda. Oni ne samo da pružaju dodatne garancije u vezi sa kvalitetom, bezbednošću i održivošću proizvoda, već i pomažu potrošačima da se osećaju sigurnije u svojim odabirima. Potrošači sve više obraćaju pažnju na korisne informacije koje se nalaze na pakovanjima, kao što su sertifikati koji potvrđuju visoke standarde i etičke norme. Ovi sertifikati služe kao nezavisni dokaz da proizvodi zadovoljavaju veoma zahtevne standarde, omogućavajući potrošačima da donose informisane odluke i podrže brendove posvećene održivom razvoju i odgovornom poslovanju. Takođe, sertifikati doprinose jačanju poverenja između potrošača, trgovina i proizvođača, stvarajući dodatnu vrednost i sigurnost u procesu kupovine.