

Agri, Food & Life Science

Consumenten over Biobased

Een verkenning in 5 Europese landen

Hans Dagevos

Lector Sociale
innovaties in het groene
domein





Studie

Ikv: EU OPENBIO (bepalen van duurzaamheid van biobased)

Ism: Siet Sijtsema, Marleen Onwezen, Machiel Reinders, Hans Dagevos, Asta Eder, Marieke Meeusen (Paper *NJAS – Wageningen Journal of Life Sciences*)

Dmv: Focus group discussies

Achtergrond

- BB: overgang van fossiele naar biologische grondstoffen = majeure transitie
- Nauwelijks onderzoek gedaan naar wat consumenten denken / voelen bij bio-based
- Sociale aanvaardbaarheid (“licence to operate”)
- Studie:
 - Bio-based als generiek concept (**proces**) & op **productniveau**
 - **Associaties** en **gevoelens**



Verwant onderzoekswerk (2013)

- **Biobased Society**
 - Attentie voor inbedding BB-economy in m'ppelijke context
 - Gammakennis & Mens en m'pij meedoen / bewustwording / animo en energie / participatie
 - BBE niet losstaan / loszingen van m'ppelijke omgeving (@gentech)



Verwant onderzoekswerk (2013)

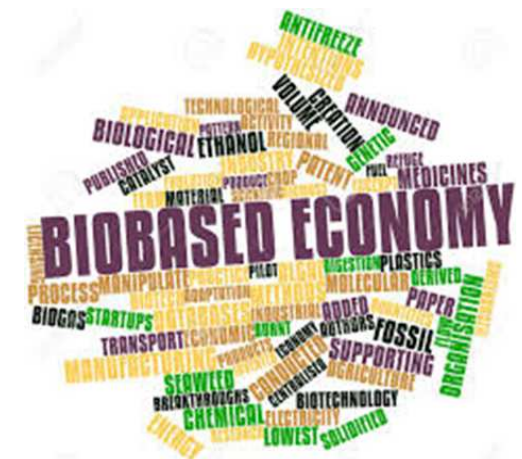
- **Veldkamp – publieksonderzoek**
 - Biobased economy: nauwelijks bekend (8%, N=1553); geringe belangstelling
 - Associaties: milieuvriendelijk produceren, groen, duurzaam, biologisch, recycling
 - Toepassing: energieopwekking, biobrandstof, materiaalproductie
 - Draagvlak voor BB-transitie: aanwezig, maar mn top-down (overheid) dan bottom-up (eigenbetrokkenheid)



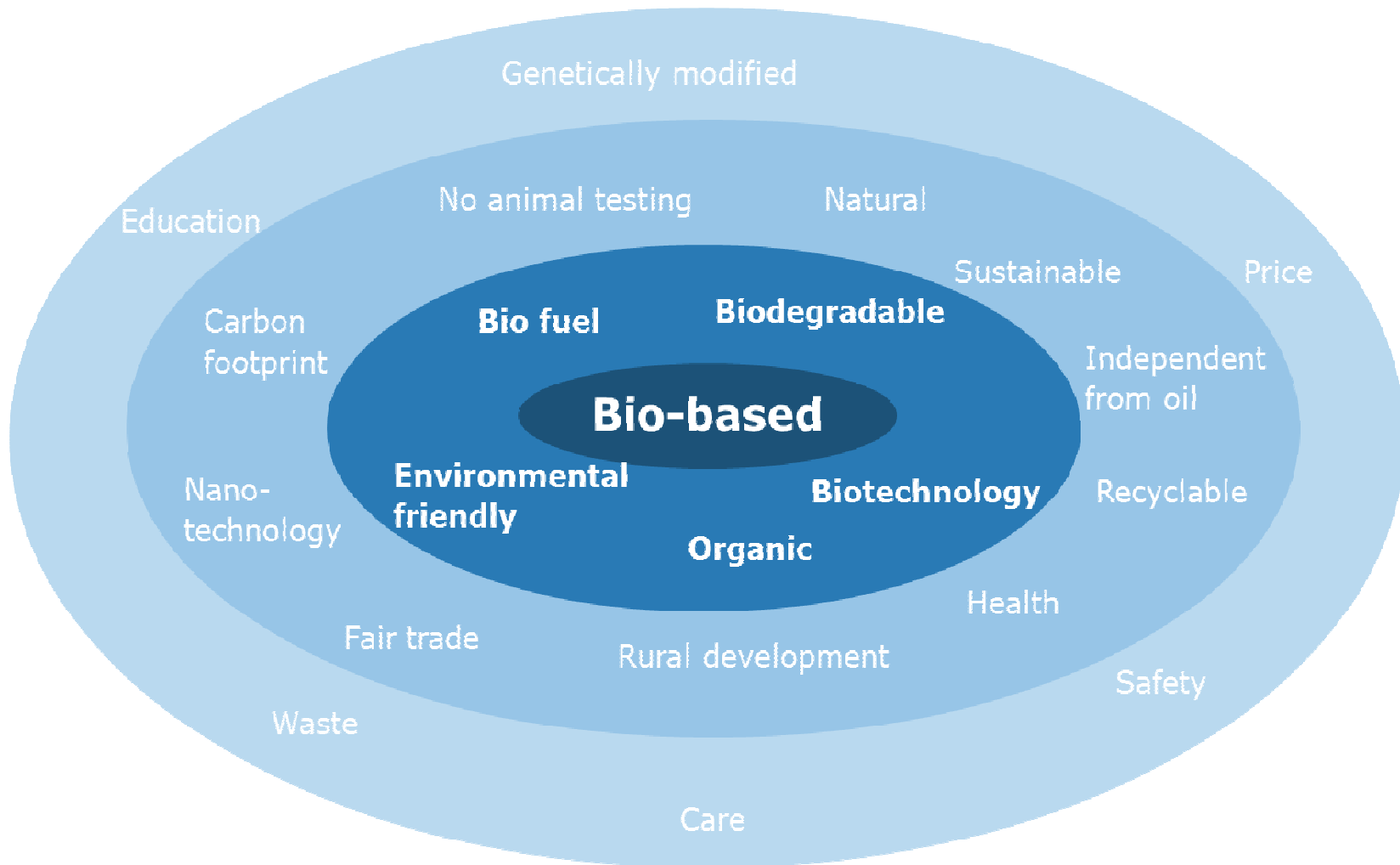
Onze consumentenstudie naar BB

Verkennen van consumentenpercepties mbt het concept bio-based (generiek) & bio-based producten (specifiek)

- Focus groepen
 - semi gestructureerd
 - Tsjechie, Denemarken, Duitsland, Italie & Nederland
 - 3 discussiegroepen in elk land (N = 89 participanten)



Associaties bij bio-based (generiek proces)



Gevoel en idee

Feelings, and normative ideas	Participants criteria
Mixed feelings	Innovative, Organic, Bio, Biological, Environment, Health, Marketing (green washing)
Negative feelings	Buzzword, Unknown, Waste
Positive feelings	Bio, Environmentally friendly, Natural, Health, Agricultural development, Energy, Future, Ideal, Innovative, Shopping criteria, Sustainable

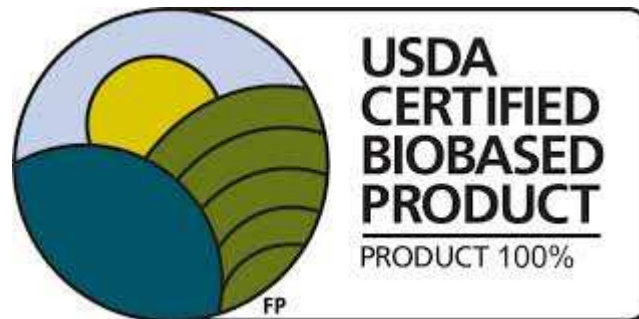
Openstaande vragen over bio-based (concept)

Topics mentioned as unknown	Questions raised:
Bio	Is bio-based bio (including organic, natural, biological) ?
Composition/Ingredients	To what extent is a bio-based product actually bio (including organic, natural, biological)? What are other ingredients/compounds?
Environmentally friendly	Is bio-based environmentally friendly? Is it more friendly than biological, natural or organic?
Product/Production life cycle	Is a product bio-based or does it concern the production process/technique of producing?
Biodegradable	Is bio-based biodegradable?
Energy	Can you make energy/fuel with bio-based?
Waste	Does bio-based reduce waste?

Openstaande vragen over bio-based (concept)

Wat opvalt is dat consumenten vooral zoeken naar antwoorden op:

- Onderscheid BB en Eko
- Meerwaarde van biobased tov wat we kennen
 - Is BB milieuvriendelijker, minder verspillend, beter afbreekbaar?
- ‘Percentage’ BB in product



between 20 and 40 % Biobased	between 40 and 60 % Biobased	between 60 and 80 % Biobased	more than 80 % Biobased

Eerste associaties BB-producten

	Positive	Negative	Mixed
T-shirt	environment, looks, health	looks, price, distrust	production, information
Natural paint	environment, kids, quality	noxious, health, price	bio-based, partly plant-based, noxious
WPC	durability, aesthetics, price	aesthetics, involvement, noxious	unknown, environmentally-friendly, resources
Dashboard	environmentally-friendly, aesthetics, modern	aesthetics, bio-based,	
Cola bottle	environmentally-friendly, plant-based, recycle	package, environmentally-friendly, plant-based	plant-based, environmentally-friendly, plastic
shopping bag	biodegradable, environmentally-friendly, price	convenience, biodegradable	waste
Foot creme	natural, content of product	package, price, convenience	package, health, bio-based, plant-based

Consumentenvragen bij BB-producten

Topics mentioned as unknown	Questions raised:
Composition/Ingredients	What percentage of a product should be bio-based in order to position the product as bio-based?
Environmentally friendly	Is the used colour in bio-based products not harmful to nature?
Product/Production life cycle	Is it made from oil or rapeseed oil? Do we talk about raw materials like shredded and re-used bamboo?, From which renewable resource has the product been made?, What are the production costs? Are materials grown for this purpose?
Biodegradable	How long will it take for bio-based products to degrade?
Energy	Takes it less energy to produce bio-based products? How much energy is needed for the production of such a [bio-based] bag?
Waste	Is it made from waste?
Appearance	How does bio-plastic look like?
Toxic	Are bio-based floors treated with non-toxic materials?
Recyclable, durable	Are bio-based products recyclable?, How durable are bio-based products?

Wat leert ons dit onderzoek?

BB is ver van het doorsnee consumentenbed

- Veel onbekendheid / maar geen weerstand, afkeer
- Veel en diverse associaties
 - Mbt proces abstracter & producten concreter
 - Mn milieugerelateerd
- Veel vragen
- Diverse pos & neg en gemengde gevoelens
- BB is op zichzelf (nog) niet doorslaggevend / onderscheidend – “BB maakt niet het beslissende verschil”
 - Mn op productniveau moet BB samengaan met prijs, functionaliteit, verwachtingen, imago, e.d.

We zijn nog ver af van BB-society (sociale verbinding is dun en onduidelijk)

Nog een weg te gaan mbt betrekken burgers bij BB



Aanknopingspunten:

- Gevestigde groene levensstijlen en duurzame consumptiepatronen van mensen
- Tijdgeest: burgerinitiatieven, private investeringen, participatie
- Maatschappelijke discussie en voorlichting over 'vergroening' / einde fossiele tijdperk
- Voorlichting en bewustwording biobased
 - Waak voor alleen of 'gloria en halleluja'-communicatie
 - Heb oog voor onzekerheden en (mogelijke) negatieve effecten
- Biobased dat evolueert tot een kwaliteitsmerk
 - 'Intel inside'
 - Biobased dan niet alleen real good, maar ook feel good