

# Barômetro de Biodiversidade 2013

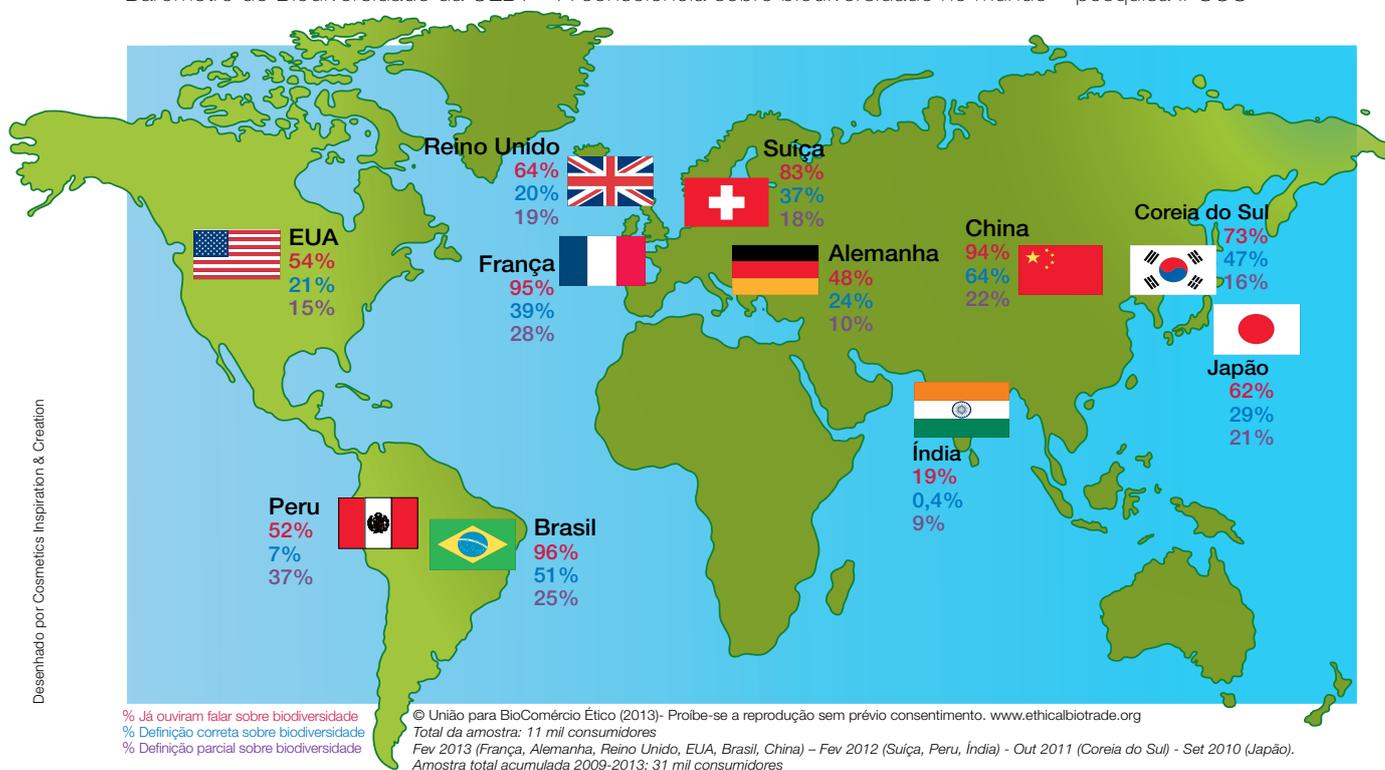
## Quinto ano do Barômetro de Biodiversidade da UEBT

Desde 2009, a UEBT vem realizando pesquisas para avaliar a conscientização sobre biodiversidade em todo o mundo. Até hoje, já foram entrevistados 31 mil consumidores de 11 países para avaliar o nível de conhecimento sobre biodiversidade e atitudes de consumo. A UEBT também acompanha anualmente a comunicação corporativa e a elaboração de relatórios sobre a biodiversidade no segmento de beleza. Atualmente, o Barômetro de Biodiversidade da UEBT é reconhecido pelas empresas como uma valiosa fonte de informação. Ele também é usado para acompanhar as metas de conscientização global sobre biodiversidade, definidas pelas Nações Unidas para 2020.

*“O Barômetro da Biodiversidade da UEBT oferece valiosas perspectivas sobre a consciência dos consumidores em relação à biodiversidade e suas expectativas sobre práticas de abastecimento em biodiversidade.”*

*Denise Alves, Diretora de Sustentabilidade da Natura Cosméticos*

Barômetro de Biodiversidade da UEBT – A consciência sobre biodiversidade no mundo – pesquisa IPSOS



67% dos consumidores no mundo já ouviram falar sobre biodiversidade nos últimos 5 anos (31 mil consumidores em 11 países)

## Consciência sobre biodiversidade no mundo

Biodiversidade é um tema realmente conhecido no mundo. Uma média de 67% de um total de 11 mil consumidores em 11 países já ouviu falar em biodiversidade. Mais de 80% gostariam de saber mais sobre como as empresas selecionam seus ingredientes naturais. A sensibilidade sobre o tema é particularmente elevada em economias emergentes, como no Brasil e na China, com destaque para a crescente importância da biodiversidade para os negócios.

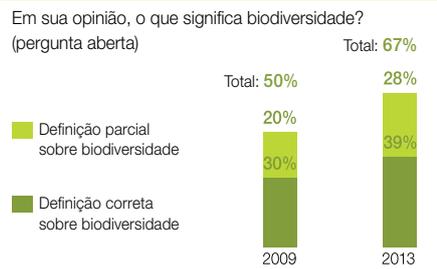


## Conscientização sobre Biodiversidade vem crescendo lentamente



O ano 2013 mostra um crescimento estável em relação ao conhecimento sobre biodiversidade e temas relacionados. O número de definições corretas e parciais tem aumentado desde 2009. A mídia tradicional, como a televisão ou revistas, continua sendo a principal fonte de informações.

### Como as pessoas definem biodiversidade



Base: pessoas que já ouviram falar sobre biodiversidade - 4 países analisados desde 2009: França, Alemanha, Reino Unido, Estados Unidos.

### França:



95% já ouviram falar sobre biodiversidade. Alto nível de consciência sobre

sustentabilidade: 98% têm conhecimento sobre desenvolvimento sustentável, desmatamento, espécies ameaçadas de extinção e comércio justo.

### Reino Unido:



Alto nível de conscientização sobre ética e comércio (mais de 80%). Níveis de consciência um pouco menores sobre termos ambientais (cerca de 70%).

### Brasil:



96% têm consciência sobre a biodiversidade no Brasil. O número total de definições corretas sobre o tema cresce lentamente.

Tal crescimento é impulsionado por documentários, escolas e publicidade.

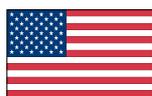
### Alemanha:



Forte aumento da consciência dos consumidores sobre biodiversidade.

29% em 2009, 48% em 2013. 91% conhecem termos relacionados, tais como "preservação dos ecossistemas".

### Estados Unidos:



A consciência sobre biodiversidade aumenta lentamente entre consumidores

(48% em 2009 e 54% em 2013). O número de definições corretas aumentou de 26% para 39%.

### China:



64% dos consumidores chineses são capazes de definir biodiversidade, sendo a taxa mais elevada medida nos últimos 5 anos. Existe uma pequena confusão sobre alguns termos, tais como orgânicos.

Consciência sobre biodiversidade em 2013

**96%** no Brasil, **95%** na França, **94%** na China.

## O abastecimento ético é importante para o mundo

A confiança do consumidor nas empresas de beleza continua sendo baixa: 42% nos EUA e na Europa, e 64% nas economias emergentes. A confiança sobre questões de abastecimento ético é ainda menor, por exemplo: 36% nos EUA e na Europa. A grande maioria (87%) dos consumidores gostaria de ter acesso a mais informações sobre as práticas de abastecimento em biodiversidade. 84% afirmam que deixariam de comprar uma marca se ela não respeitasse as práticas éticas de abastecimento: as consequências podem ser graves se os consumidores passarem a agir de acordo com o que falam.

Visão dos consumidores sobre a Indústria de Beleza	Total	Países ocidentais	Brasil + China
Eu confio nas empresas do setor de cosméticos e cuidados pessoais	50%	42%	64%
Tenho certeza de que a indústria cosmética e de cuidados pessoais presta especial atenção às práticas éticas de abastecimento	46%	36%	64%
Gostaria de saber mais sobre como as indústrias de cosméticos e de cuidados pessoais selecionam seus ingredientes naturais	87%	82%	95%
Deixaria de comprar se soubesse que eles não respeitam as práticas ambientais e éticas	84%	80%	92%

Base: Entrevistados – Concorde plenamente  
Fev 2013 – Países ocidentais: França, Alemanha, Reino Unido, Estados Unidos/ Países emergentes: Brasil, China.



## Alta conscientização sobre biodiversidade na China

94% dos entrevistados chineses afirmam saber o que é biodiversidade enquanto 64% definem corretamente o significado, o que representa a taxa mais alta no Barômetro de Biodiversidade nos últimos 5 anos.

As principais fontes de informações sobre biodiversidade são: programas de TV, sites eletrônicos ou blogs e escolas.

64% dos chineses definem corretamente biodiversidade

Blogs e sites eletrônicos são importantes fontes de informação

*“Os resultados da pesquisa não surpreendem. Nos últimos anos, o governo e organizações da sociedade civil na China realizaram diversas ações para informar e elevar a consciência sobre questões ligadas à biodiversidade. As informações relevantes sobre questões de biodiversidade são comunicadas eficazmente ao público através da mídia, como internet, TV e impressos”*

*Ministério de Proteção Ambiental, China*

## A informação é crucial

Mais de 90% dos entrevistados na China têm conhecimento de temas relacionados à biodiversidade.

95% gostariam de ter acesso a mais informação, e 94% afirmam que deixariam de comprar uma marca que não agisse eticamente em relação às práticas de abastecimento.



### Você já ouviu falar sobre os seguintes temas?

		Total de países
Desmatamento	98%	92%
Preservação de Ecossistemas Naturais	98%	88%
Espécies Ameaçadas	97%	95%
Desenvolvimento sustentável	97%	88%
Conservação da biodiversidade	96%	69%
Comércio justo	95%	92%
Respeito e Proteção do Conhecimento Tradicional	94%	79%

Base: Total Sim - Total da amostra - Fev 2013 - França, Alemanha, Reino Unido, EUA, Brasil, China

## Ingredientes naturais têm importância para a China

98% dos consumidores na China compram produtos cosméticos que utilizam ingredientes naturais, o que representa, como já mencionado, a cifra mais alta de todos os países pesquisados.

Os chineses afirmam prestar especial atenção à fonte de ingredientes para os alimentos (94%) e produtos de beleza (89%). Os consumidores chineses também afirmam prestar muita atenção aos rótulos ambientais e éticos (95% e 89% respectivamente).

84% dos chineses valorizam a verificação das marcas por um organismo independente.

*“A natureza desempenha um papel importante na cultura chinesa, e os ingredientes naturais são parte essencial do apelo do produto de beleza”*

*Rémy Oudghiri, IPSOS*



## Quais as marcas que se preocupam com a biodiversidade, na visão do consumidor?

Quando solicitados a citar três marcas que se preocupam com o tema da biodiversidade, muitos consumidores mencionam as do setor de beleza, alimentos e varejo. No entanto, não há uma única marca que se destaque globalmente. Apenas no Brasil há uma marca com uma forte identidade sobre biodiversidade: metade (49%) dos consumidores mencionaram a Natura Cosméticos, líder no mercado nacional no setor. De outro lado, The Body Shop (23%) é a marca mais citada no Reino Unido, e Yves Rocher é a mais mencionada na França (23%).



### Quais as três marcas que você considera que fazem um esforço maior pelo respeito à biodiversidade?

 1 Yves Rocher 2 Danone 3 Nestlé	 1 Alnatura 2 Yves Rocher 3 Tchibo
 1 The Body Shop 2 Coop 3 Marks & Spencer	 1 Kashi 2 P&G 3 Johnson & Johnson
 1 Natura 2 Avon 3 O Boticário	 1 Yili 2 Mengniu 3 Amway

Base: Marcas mais citadas – Fev 2013: França, Alemanha, Reino Unido, Estados Unidos, Brasil, China

Atualmente os consumidores associam poucas empresas com a biodiversidade. Isto oferece uma oportunidade real para aquelas que almejam uma posição de destaque sobre esse tema.



## Aumentam as comunicações das empresas sobre biodiversidade

Desde 2009, as 100 maiores empresas de beleza dedicam especial atenção à biodiversidade em suas comunicações corporativas e sites eletrônicos. Em 2009, 13% das empresas mencionaram biodiversidade, e em 2013, 32%. As vinte maiores empresas de beleza mostraram uma cifra maior: 80% mencionaram a biodiversidade nos seus relatórios sobre sustentabilidade corporativa, e 75% indicaram que prestam atenção ao impacto das suas cadeias de abastecimento sobre a biodiversidade.

No entanto, a indústria da beleza está aquém da indústria de alimentos. Uma análise semelhante das 100 maiores empresas de alimentos mostra que 91% dessas empresas mencionam o desenvolvimento sustentável no relatório anual, 53% referem-se à biodiversidade, e 31% prestam atenção à biodiversidade na cadeia de abastecimento.

O que as empresas estão falando sobre biodiversidade?	Empresas de beleza			Empresas de alimentos	
	Top 100		Variação	Top 20	Top 100
	2009	2013		2013	2013
Empresas reportam informação sobre desenvolvimento sustentável	44%	53%	+ 9	100%	91%
Empresas reportam sobre a biodiversidade	13%	32%	+ 19	80%	53%
Empresas reportam práticas de abastecimento em biodiversidade	9%	24%	+ 15	75%	31%
Empresas mencionam questões relacionadas à biodiversidade, tais como conhecimento tradicional e de propriedade intelectual	2%	6%	+ 4	4%	6%

Base: Análise da UEFT das 100 maiores empresas de beleza (WWD) (Agosto 2012) e das 100 maiores empresas de alimentos e bebidas (Outubro 2012).



## Abastecimento ético da biodiversidade vem ganhando terreno

Embora as definições corretas de biodiversidade ainda representem um número relativamente baixo, a conscientização sobre temas relacionados com a biodiversidade é maior e continua aumentando:

Mais de 90% dos consumidores já ouviram falar sobre temas relacionados com biodiversidade em 2013, tais como espécies ameaçadas de extinção, comércio justo, ou preservação dos ecossistemas naturais.

Desde 2009, há um forte aumento (até 31 pontos percentuais), sobre temas como a repartição ética dos benefícios, o respeito ao conhecimento tradicional, a repartição equitativa dos benefícios, ou pagamento de preços justos. Existe um alto nível de conscientização em países emergentes em relação a temas, tais como o respeito do conhecimento tradicional (91% e 94% para o Brasil e China) e a conservação da biodiversidade (92% e 94%).

Você já ouviu falar sobre os seguintes temas?	Total de países	Mais pontuados País	%
Espécies Ameaçadas	95%		98%
Comércio Justo	92%		98%
Desmatamento	92%	 	98%
Preservação de Ecossistemas Naturais	88%		98%
Desenvolvimento Sustentável	88%		94%
Respeito e Proteção do Conhecimento Tradicional	79%		94%

Base: Total de respostas "sim" - Amostra total - Fev 2013 - França, Alemanha, Reino Unido, Estados Unidos, Brasil, China.

Na França, Alemanha e Reino Unido, temas como o respeito ao conhecimento tradicional e ética no abastecimento da biodiversidade apresentam um forte aumento em 2013.

*“Biodiversidade se refere a todas as variedades de formas de vida que podemos encontrar no planeta”*



## De onde vêm os ingredientes naturais?

84% dos consumidores entrevistados afirmam que compram produtos de beleza que contêm ingredientes naturais. O interesse é particularmente forte na China (98%) e no Brasil (95%).

68% dos consumidores dizem prestar muita atenção à origem dos ingredientes naturais dos produtos.

## Verificação independente é valorizada

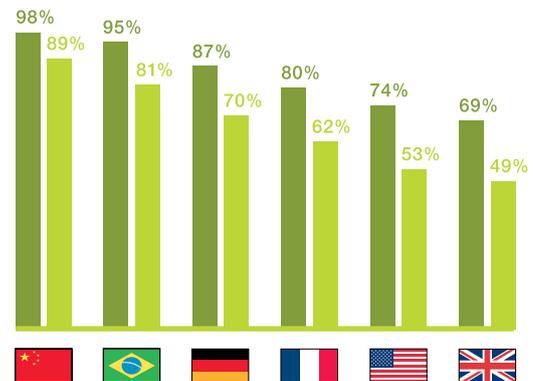
81% dos consumidores dizem confiar mais nas práticas de abastecimento que são verificadas externamente.

72% dizem prestar muita atenção aos rótulos ambientais e éticos no momento da compra de um produto.

## Importância dos ingredientes naturais para os consumidores

% Compra produtos cosméticos e de cuidados pessoais que usam ingredientes naturais

% Presta especial atenção à origem dos ingredientes



Base: Todos os entrevistados  
Fev 2013 - França, Alemanha, Reino Unido, Estados Unidos, Brasil, China



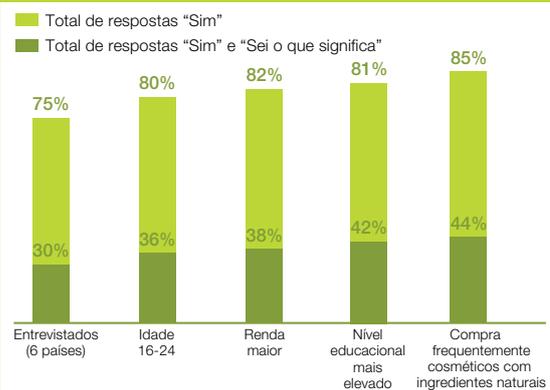
## Insights demográficos

Os jovens mostram maior consciência em relação à biodiversidade. Os homens tendem a serem ligeiramente mais conscientes do que as mulheres.

A renda mais elevada e um maior nível de escolaridade influenciam os níveis de sensibilização sobre biodiversidade e outros temas relacionados à sustentabilidade.

As pessoas que consomem cosméticos naturais têm maior consciência sobre a biodiversidade e temas relacionados.

### Biodiversidade - Que grupos populacionais estão mais bem informados?



Base: Amostra total - Fev 2013 - França, Alemanha, Reino Unido, Estados Unidos, Brasil, China

## Metodologia do Barômetro de Biodiversidade 2013 da UEBT

Pesquisa de campo: de 29/01/2013 até 14/02/2013

Entrevistas online realizadas com 1000 consumidores em cada país (Omnibus na França, Alemanha, Reino Unido e Estados Unidos, e ad-hoc no Brasil e China). Público alvo: pessoas entre 16-64 (18-64 nos Estados Unidos).

São usadas cotas representativas nacionais, cotas de ponderação para garantir a representatividade da amostra.

Este documento também inclui os resultados históricos de:

Pesquisas da IPSOS encomendadas pela UEBT: Setembro 2010, 1000 consumidores no Japão, Outubro 2011, pesquisa da IPSOS encomendada pela UEBT a 1000 consumidores na Coreia do Sul, Fevereiro 2012, Índia, Peru, Suíça. Todas as entrevistas foram realizadas por internet, com exceção do Peru (via telefone) e da Índia (pessoalmente).

As 100 maiores empresas:

Análise da UEBT dos relatórios anuais, relatórios corporativos socioambientais e sites das 100 maiores empresas de beleza (fonte WWD 2012) e 100 maiores empresas de alimentos e bebidas.

O Barômetro de Biodiversidade foi realizado com apoio de:



## Para contatar a UEBT

A UEBT é uma organização sem fins de lucro com base em membros associados [www.ethicalbiotrade.org](http://www.ethicalbiotrade.org).

A UEBT é independente, imparcial e objetiva em suas relações com governos, partidos políticos, assim como com outras organizações e indivíduos.

### União para BioComércio Ético

#### Secretariado

Keizersgracht 158  
1015 CX, Amsterdam, Netherlands  
Fone: + 31 20 2234567  
[info@ethicalbiotrade.org](mailto:info@ethicalbiotrade.org)

#### Administração financeira

p/a CR Gestion et Fiduciaire SA  
Rte des Jeunes 9  
1227 Carouge, Switzerland  
Fone: + 41 22 5661585  
[info@ethicalbiotrade.org](mailto:info@ethicalbiotrade.org)

#### Representação

Brasileira  
São Paulo, Brasil  
Fone: + 55 11 99431 1880  
[brazil@ethicalbiotrade.org](mailto:brazil@ethicalbiotrade.org)