
Spis treści

Wstęp	7
Rozdział 1	
Zrównoważona konsumpcja żywności	13
1.1. Definicja i koncepcja zrównoważonej konsumpcji żywności w kontekście zrównoważonego rozwoju	13
1.2. Uwarunkowania zrównoważonej konsumpcji żywności	25
1.3. Mierniki wykorzystywane do pomiaru zrównoważonej konsumpcji żywności	35
1.4. Trendy wpisujące się w realizację postulatów idei	40
1.5. Bariery utrudniające wdrożenie zrównoważonej konsumpcji żywności	47
Rozdział 2	
Komunikowanie idei zrównoważonej konsumpcji żywności	53
2.1. Istota i rola komunikacji marketingowej	53
2.2. Nowe media źródłem zmian w komunikacji – wybrane aspekty	60
Rozdział 3	
Przegląd wybranych działań wspierających rozwój zrównoważonej konsumpcji żywności	69
3.1. Uwagi wstępne	69
3.2. Inicjatywy o charakterze międzynarodowym	70
3.3. Działania rządowe	74
3.4. Działania pozarządowe	87

Rozdział 4

Świadomość konsumentów w zakresie zrównoważonej konsumpcji żywności	95
4.1. Założenia i organizacja badań	95
4.2. Trendy wpisujące się w ideę zrównoważonej konsumpcji żywności w świadomości konsumentów	99
4.3. Pojęcie zrównoważonej konsumpcji żywności w świadomości konsumentów	102
4.4. Znajomość akcji promujących zrównoważoną konsumpcję żywności wśród konsumentów	112
 Zakończenie	 127
Bibliografia	131
Spis tabel i rysunków	149