



[www.590powodow.pl](http://www.590powodow.pl)

## ***Polscy konsumenci a pochodzenie produktów***

*Raport z badań stowarzyszenia PEMI. Warszawa 2013.*

# Spis treści

Wstęp .....	3
1. Jak często sprawdzacie Państwo skład produktu na etykiecie? .....	4
2. Jak często sprawdzacie Państwo informację o kraju wytworzenia produktu umieszczoną na etykiecie? .....	4
3. Skąd czerpiesz informacje na temat korzyści wynikających z kupowania polskich produktów? .....	5
4. Jakie działania skłoniłyby Pana/Panią na zwrócenie uwagi na polskie produkty i ich zakup? .....	5
5. Które kryterium uważacie Państwo za najważniejsze w trakcie wyboru towaru przy półce sklepowej? .....	6
6. Które polskie produkty z wymienionych branż są Państwa zdaniem zwykle lub zawsze lepsze od zagranicznej konkurencji? .....	6
Wnioski .....	7
Uwagi .....	7

## ***Szanowni Państwo,***

W roku 2012 opublikowaliśmy **raporty** z których wynika, że polscy przedsiębiorcy raczej nie są chętni do podkreślania rodzimego pochodzenia swoich produktów, podczas gdy niemal 50% konsumentów oczekuje od nich podkreślania pochodzenia sprzedawanych produktów. Z drugiej strony przebadaliśmy również konsumentów pod kątem sprawdzania przez nich informacji na opakowaniu, dotyczących kraju wytworzenia wyrobów. Blisko połowa z nas sprawdza zawsze lub prawie zawsze pochodzenie produktów.

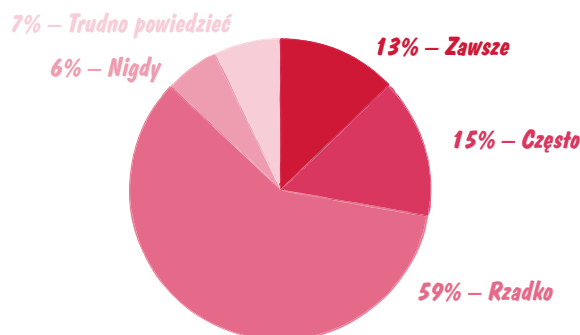
Po roku postanowiliśmy wrócić do badań. Ponownie przebadaliśmy konsumentów pod kątem ich nawyków podczas zakupów, a także oczekiwań odnośnie komunikacji polskości. Poniżej znajdują Państwa raport, który opracowaliśmy na bazie uzyskanych odpowiedzi.

Zapraszamy do zapoznania się z nim.

*Stowarzyszenie PEMI*

## 1. Jak często sprawdzacie Państwo skład produktu na etykiecie?

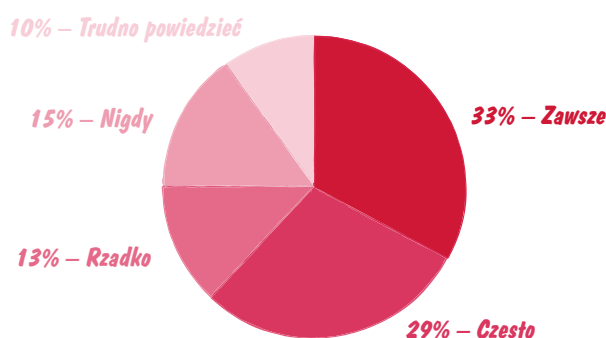
W większości Polacy nie przykładają większej wagi do składu produktów. Etykiety, na których zawarte są tego typu informacje czyta zawsze lub często zaledwie 28% respondentów. Blisko 60% robi to okazynie, tylko w wyjątkowych sytuacjach. Świadczy to o tym, że nie mamy nawyku każdorazowego, dokładnego sprawdzania produktów pod kątem jego składu i przy wyborze produktu ważne są dla nas inne informacje takie jak opakowanie, cena, marka itp.



Rys. 1. Odpowiedzi na pytanie „**Jak często sprawdzacie Państwo skład danego produktu na etykiecie?**” (Badanie przeprowadzone przez Stowarzyszenie PEMI na potrzeby akcji 590 powodów; ankieta elektroniczna i telefoniczna; próba 1356).

## 2. Jak często sprawdzacie Państwo informację o kraju wytworzenia produktu umieszczoną na etykiecie?

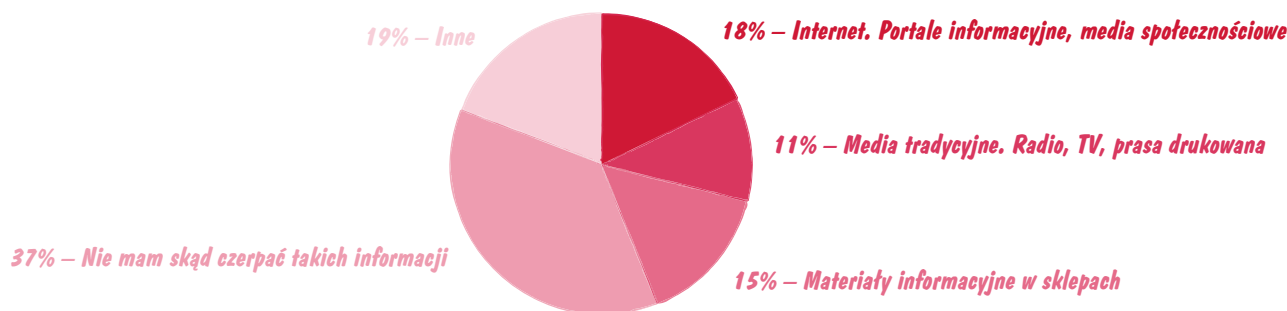
Dużo większą popularnością od składu produktu, umieszczonego na etykiecie, cieszy się informacja o kraju pochodzenia produktu. W sumie 62% respondentów sprawdza zawsze lub często, gdzie dany wyrób został wytworzony, przy zaledwie 13%, które robią to rzadko i 15%, które nigdy nie sprawdzają kraju pochodzenia. Informacje więc o kraju pochodzenia produktu są dla respondentów ważniejsze niż skład wyrobów. Odsetek osób, które sprawdzają kraj pochodzenia jest niezmienny od zeszłego roku i oscyluje na mniej więcej takim samym poziomie (2012 rok – 65%; 2013 rok – 62%).



Rys. 2. Odpowiedzi na pytanie „**Jak często sprawdzacie Państwo informację o kraju wytworzenia produktu umieszczoną na etykiecie?**” Badanie przeprowadzone przez Stowarzyszenie PEMI na potrzeby akcji 590 powodów; ankieta elektroniczna i telefoniczna; próba 1356).

### 3. Skąd czerpiesz informacje na temat korzyści wynikających z kupowania polskich produktów?

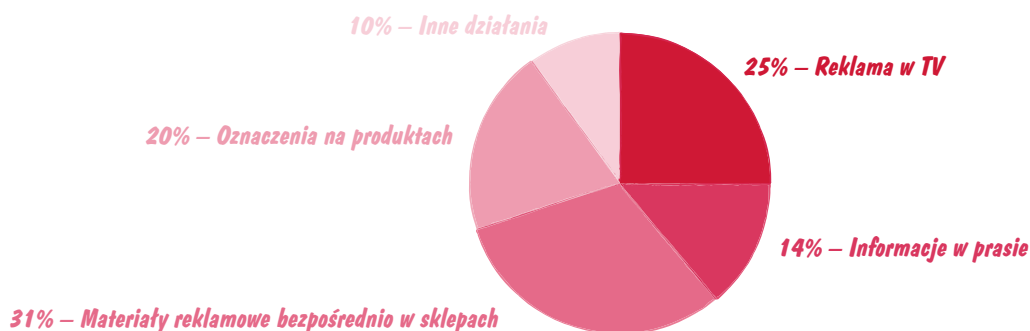
Choć informacja na temat pochodzenia produktów jest bardzo ważna i sprawdza ją większość respondentów to najwyraźniej brakuje zintegrowanej polityki informowania na temat korzyści, wynikających z kupowania polskich produktów. Nie ma jednego medium, które jest wiodące w zakresie informowania konsumentów odnośnie tego tematu. Bardzo rzuca się w oczy fakt, iż co trzeci ankietowany nie ma jakiegokolwiek źródła, z którego mógłby pozyskiwać odpowiednie informacje. Można zakładać, że grupa ma tylko minimalną wiedzę na temat podstawowych korzyści wynikających z kupowania polskich produktów.



Rys. 3. Odpowiedzi na pytanie „Skąd czerpiesz informacje na temat korzyści wynikających z kupowania polskich produktów?” Badanie przeprowadzone przez Stowarzyszenie PEMI na potrzeby akcji 590 powodów; ankieta elektroniczna i telefoniczna; próba 1356).

### 4. Jakie działania skłoniłyby Pana/Panią na zwrócenie uwagi na polskie produkty i ich zakup?

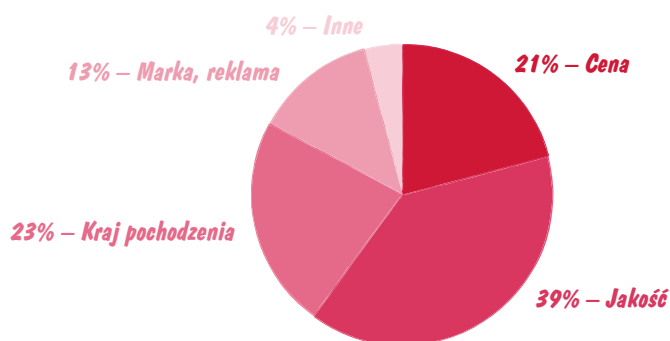
Spośród zaproponowanych przez Stowarzyszenie narzędzi, za pośrednictwem których firmy mogłyby komunikować swoją polskość, respondenci wskazali, że najlepszym działaniem byłaby edukacja i informowanie o tym fakcie w sklepach. Kolejnym działaniem wskazanym przez respondentów były odpowiednio: reklamy telewizyjne, jasne i czytelne oznaczenia polskości na produktach oraz informacje w prasie. Taki wynik świadczy, że konsumenci oczekują iż odpowiednie informacje będą pojawiać się w trakcie robienia przez nich zakupów, a także w trakcie spędzania przez nich wolnego czasu przed TV.



Rys. 4. Odpowiedzi na pytanie „Jakie działania skłoniłyby cię na zwrócenie uwagi na polskie produkty i ich zakup?” Badanie przeprowadzone przez Stowarzyszenie PEMI na potrzeby akcji 590 powodów; ankieta elektroniczna i telefoniczna; próba 1356).

## 5. Które kryterium uważacie Państwo za najważniejsze w trakcie wyboru towaru przy półce sklepowej?

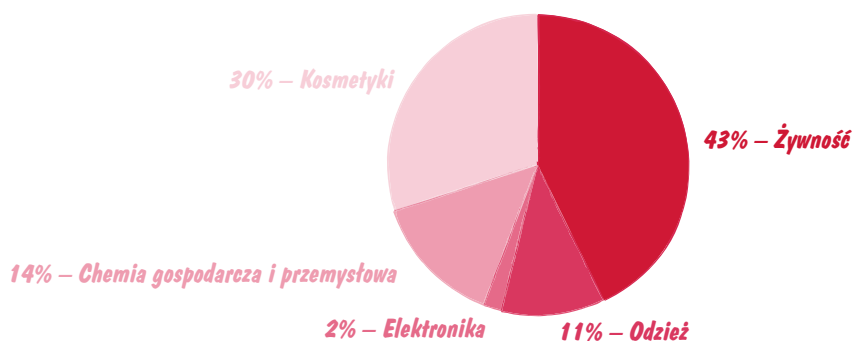
To nie cena jest najważniejszym kryterium, wpływającym na decyzję zakupową konsumentów. Najbardziej kluczowym czynnikiem okazuje się jakość, którą wskazało 39% respondentów. Na drugim miejscu jest brany pod uwagę kraj pochodzenia produktu i dopiero cena. Trudno powiedzieć, czy takie wyniki są rezultatem tylko deklaracji, czy też odpowiadają rzeczywistości, ale wyniki na pewno zwracają uwagę i świadczą o tym, że świadomość konsumenta i wpływające z niej decyzje są na wysokim poziomie.



Rys. 5. Odpowiedzi na pytanie „Które kryterium uważacie Państwo za najważniejsze w trakcie wyboru towaru na półce sklepowej?” Badanie przeprowadzone przez Stowarzyszenie PEMI na potrzeby akcji 590 powodów; ankieta elektroniczna i telefoniczna; próba 1356).

## 6. Które polskie produkty z wymienionych branż są Państwa zdaniem zwykle lub zawsze lepsze od zagranicznej konkurencji?

Spośród wymienionych branż respondenci wskazali, że polskie produkty są najbardziej konkurencyjne w stosunku do zagranicznych w segmencie spożywczym. W dalszej kolejności zostały docenione rodzime kosmetyki oraz chemia gospodarcza i przemysłowa. Najmniej konkurencyjne jakościowo są według respondentów odzież oraz elektronika.



Rys. 6. Odpowiedzi na pytanie „Które polskie produkty z wymienionych branż są Państwa zdaniem zwykle lub zawsze lepsze od zagranicznej konkurencji?” Badanie przeprowadzone przez Stowarzyszenie PEMI na potrzeby akcji 590 powodów; ankieta elektroniczna i telefoniczna; próba 1356).

# Wnioski

Pochodzenie danego produktu jest jednym z kluczowych elementów wpływających na decyzję zakupową. Z naszych badań wynika, iż informacja o tym, w którym kraju został dany wyrób wytworzony jest ważniejsza od składu tego produktu. Potwierdzeniem tezy o kluczowości aspektu pochodzenia jest również fakt, iż na decyzję zakupową w ogromnej części ma właśnie fakt, gdzie dany produkt został wyprodukowany. Przy podejmowaniu decyzji tylko jakość wyrobu jest ważniejsza od jego pochodzenia.

W tym kontekście warto przywrócić się świadomości i edukacji Polaków w zakresie kupowania polskich produktów. Jak wskazują nasze badania aż 37% respondentów nie czerpie w żaden sposób informacji na temat korzyści wynikających z ich kupowania. Tak więc choć informacja na temat kraju pochodzenia jest jedną z kluczowych przesłanek, to Polacy nie mają odpowiednich źródeł, skąd stale mogą się dowiadywać i utrwać, dlatego warto sięgać po polski produkt. Internet, prasa czy telewizja dostarczają informacji tylko w ograniczonym zakresie. Jak pokazuje nasze pytanie, konsumenci oczekują informacji na temat korzyści właśnie w tych mediach, a także – w największym stopniu – w samych punktach handlowych, podczas zakupów. Oczekują więc, że to same sieci handlowe będą w odpowiedni sposób wyróżniać polskie firmy.

Niejako dodatkowym zagadnieniem zawartym w badaniu okazało się pytanie odnośnie oceny polskich produktów, z podziałem na branżę. Polacy, jako bezkonkurencyjne względem zagranicznych produktów uważają wyroby spożywcze. To ważne, gdyż stanowią one większość naszych codziennych zakupów i po nie sięgamy najczęściej.

# Uwagi

Informacje i dane zawarte w raporcie mogą być wykorzystywane tylko i wyłącznie po podaniu źródła (tj. Badanie „Polscy konsumenci a pochodzenie produktów” przygotowane przez Stowarzyszenie PEMI na potrzeby akcji „590 powodów, dla których warto kupować polskie produkty”).

Dane mogą być wykorzystywane w dowolny sposób.