



**Polskie –  
kupuję to!**



## Pochodzenie produktu a decyzje zakupowe

RAPORT Z BADANIA

Sopot, 20 maj 2021 r.

<i>cel badania</i>	Badanie miało na celu uzyskanie informacji o postawach zakupowych Polaków w kontekście pochodzenia produktów.
<i>próba</i>	Ogólnopolska próba dorosłych Polaków: n=1011 wywiadów.
<i>metodologia</i>	Badanie realizowane techniką CAWI (wywiady internetowe na panelu Poznaj.to);
<i>realizacja</i>	Maj 2021 r.
<i>wykonawca</i>	PBS sp. z o.o.
<i>uwagi metodologiczne</i>	W raporcie, tam gdzie było to zasadne, poza wynikami ogółem (próba badawcza osób mieszkających w Polsce mających 18 lat i więcej) zaprezentowano również istotne wyniki w podziale ze względu na cechy demograficzne.

Polskie pochodzenie produktu jest rozumiane przede wszystkim przez pryzmat tego czy produkt jest wytwarzany w Polsce, z polskich surowców oraz przez firmę, która ma 100% polski kapitał producenta.

Najważniejsze aspekty dotyczące polskości produktu, mające wpływ na wybory zakupowe Polaków to poza miejscem wytworzenia produktu, polskie pochodzenie surowców, z których jest wytwarzany.

Znaczenie polskiego pochodzenia produktów jest istotne przede wszystkim w kategorii zakupów spożywczych, a spada w przypadku pozostałych badanych kategorii, takich jak: kosmetyki, ubrania i akcesoria oraz sprzęt RTV/AGD.

Zdecydowana większość badanych, przynajmniej sporadycznie, szuka informacji na temat tego czy produkt jest polski. Prawie co dziesiąta osoba deklaruje, że robi to zawsze, a co trzecia, że robi to często.

Głównym źródłem informacji o pochodzeniu produktu jest etykieta na opakowaniu, ewentualnie obecność specjalnego oznaczenia na opakowaniu lub Internet.

Polacy deklarują, że wspierają polskie marki, dlatego najczęściej kupują produkty polskich producentów, jest dla nich ważne, żeby produkty, które kupują były produkowane w Polsce, starają się kupować polskie produkty, bo dzięki temu wspierają rozwój polskich firm, ale równocześnie relatywnie rzadko są w stanie dopłacić więcej pieniędzy aby kupić polski produkt.



Podejście do zakupów



### Podjęcie do zakupów

Najczęściej (top3 wskazania) przy zakupie produktów zwraca się uwagę na ich jakość. Jakość jest najważniejsza w kategorii ubrań i/lub akcesoriów oraz sprzętu RTV/AGD (po 37% wskazań na pierwszym miejscu), niewiele mniej uzyskuje w przypadku artykułów spożywczych (36%). Na kolejnych miejscach respondenci wskazują cenę i skład, gdzie cena ma większe znaczenie w przypadku chęci zakupu ubrań i/lub akcesoriów oraz sprzętu domowego (po 80%), natomiast skład produktu jest ważniejszy w przypadku artykułów spożywczych oraz kosmetyków (kolejno: 51% i 48%). W przypadku sprzętu RTV/AGD co czwarty respondent deklaruje również wysokie znaczenie znanej marki (41% top3 wskazań).

Polskie pochodzenie produktu jest rozumiane przede wszystkim przez pryzmat tego czy produkt jest wytwarzany w Polsce (69% wskazań), czy jest wytwarzany z polskich surowców (59%) oraz przez 100% polskiego kapitału producenta (49%). Z kolei najważniejsze aspekty dotyczące polskości produktu, mające wpływ na wybory zakupowe Polaków to poza miejscem wytworzenia produktu (dla 75% ma znaczenie czy produkt jest wytwarzany w Polsce) ma polskie pochodzenie produktów (75%).

Znaczenie polskiego pochodzenia produktów jest istotne przede wszystkim w kategorii zakupów spożywczych (72% wskazań), a spada w przypadku pozostałych kategorii: kosmetyki (44%), ubrania i akcesoria (40%), sprzęt RTV/AGD (33%).

Zdecydowana większość badanych, przynajmniej sporadycznie, szuka informacji na temat tego czy produkt jest polski (84%). Prawie co dziesiąta osoba (9%) deklaruje, że robi to zawsze, a 38%, że robi to często.

Głównym źródłem informacji o pochodzeniu produktu jest etykieta na opakowaniu (81% wskazań wśród osób szukających informacji na ten temat), ewentualnie obecność specjalnego oznaczenia na opakowaniu (41%) lub Internet (35%). Pozostałe źródła informacji są wskazywane zdecydowanie rzadziej.



### Podjęcie do zakupów

Badani deklarują, że wspierają polskie marki, dlatego najczęściej kupują produkty polskich producentów (70%). Jest dla nich ważne, żeby produkty, które kupują były produkowane w Polsce (73%) oraz starają się kupować polskie produkty, bo dzięki temu wspierają rozwój polskich firm/producentów (80%), ale równocześnie relatywnie rzadko są w stanie dopłacić więcej pieniędzy, aby kupić polski produkt (48%).

Prawie 90% respondentów zna lub widziało logo „Produktu Polskiego”. Ponad 70% wskazuje na znajomość „Teraz Polska”, a 28% na „Polskie – kupuję to!”. Najłatwiej rozpoznawalne jest logo „Polski Ślad” – jedynie 4% wskazuje, że kiedykolwiek miało z nim styczność.

Co czwarty badany (42%) prawidłowo wskazuje na początkową kombinację cyfr w kodzie kreskowym oznaczającą polskość produktu. Niemalże co piąty (19%) nie pamięta dokładnej kombinacji, ale zna jej znaczenie. Natomiast 35% deklaruje, że w ogóle nie wiedziało o znaczeniu trzech pierwszych cyfr.

Prawie trzy czwarte respondentów zwraca uwagę na oznakowania produktów mówiące o polskości produktu podczas robienia zakupów – 18% deklaruje, że zawsze to robi, a ponad połowa, że ma to miejsce czasami (56%). Można zauważyć tendencję, że im starsze osoby tym częściej zwracają uwagę na oznaczenia polskich produktów i podobnie ma to miejsce w przypadku wykształcenia – im jest ono wyższe tym większe zainteresowanie oznaczeniami.

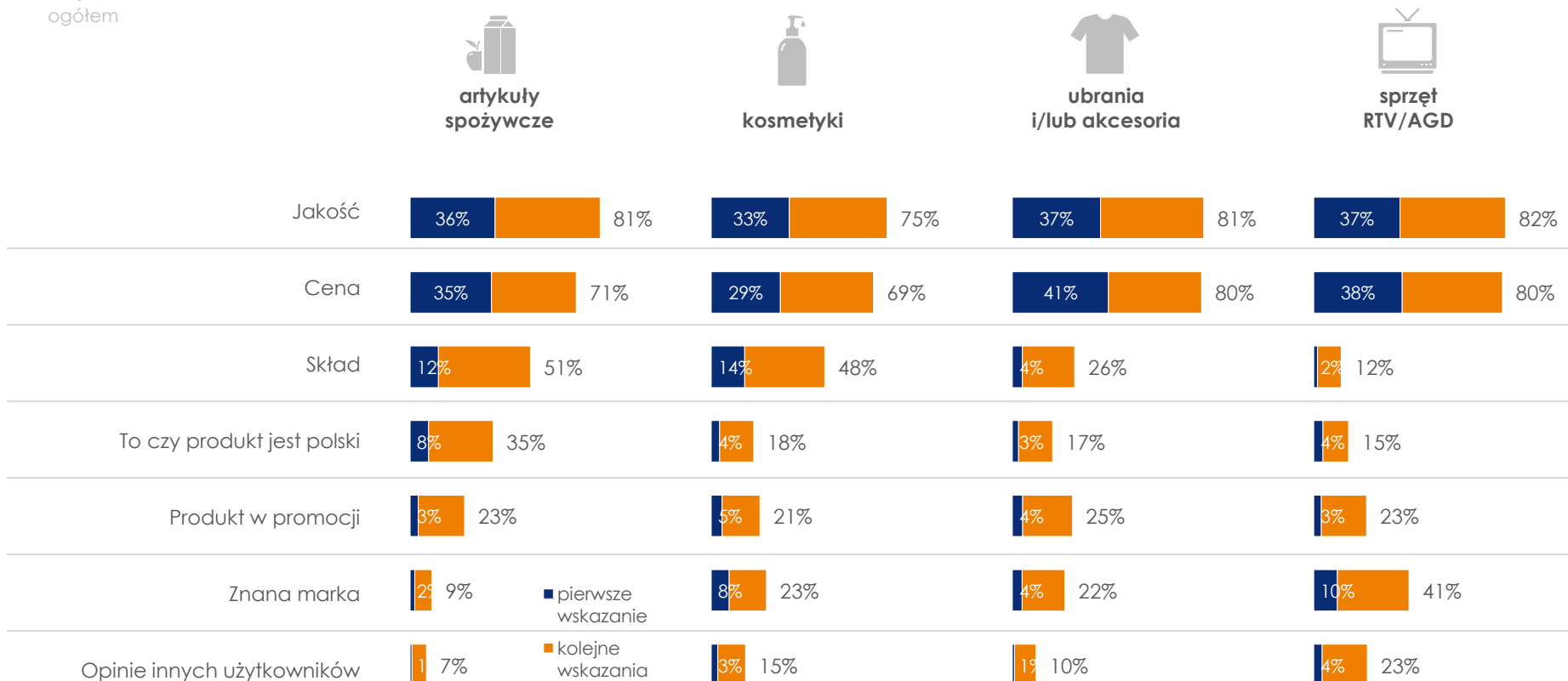
Wśród 42% respondentów panuje przekonanie, że łatwo jest stwierdzić, który produkt jest polskiego pochodzenia. Wśród osób, które deklarują, że nie jest to proste zadanie (9%) najczęściej wynika to z braku odpowiednich oznaczeń na produktach lub ich słabej widoczności. Często respondenci sami nie posiadają wiedzy o czym mówią konkretne oznaczenia lub też nie są przekonani o prawdziwości oznaczeń.



P1. Na co zwracasz uwagę kupując daną kategorię produktów?

### Top 3 wskazania

ogółem



Odpowiadający: wszyscy badani, n=1004.



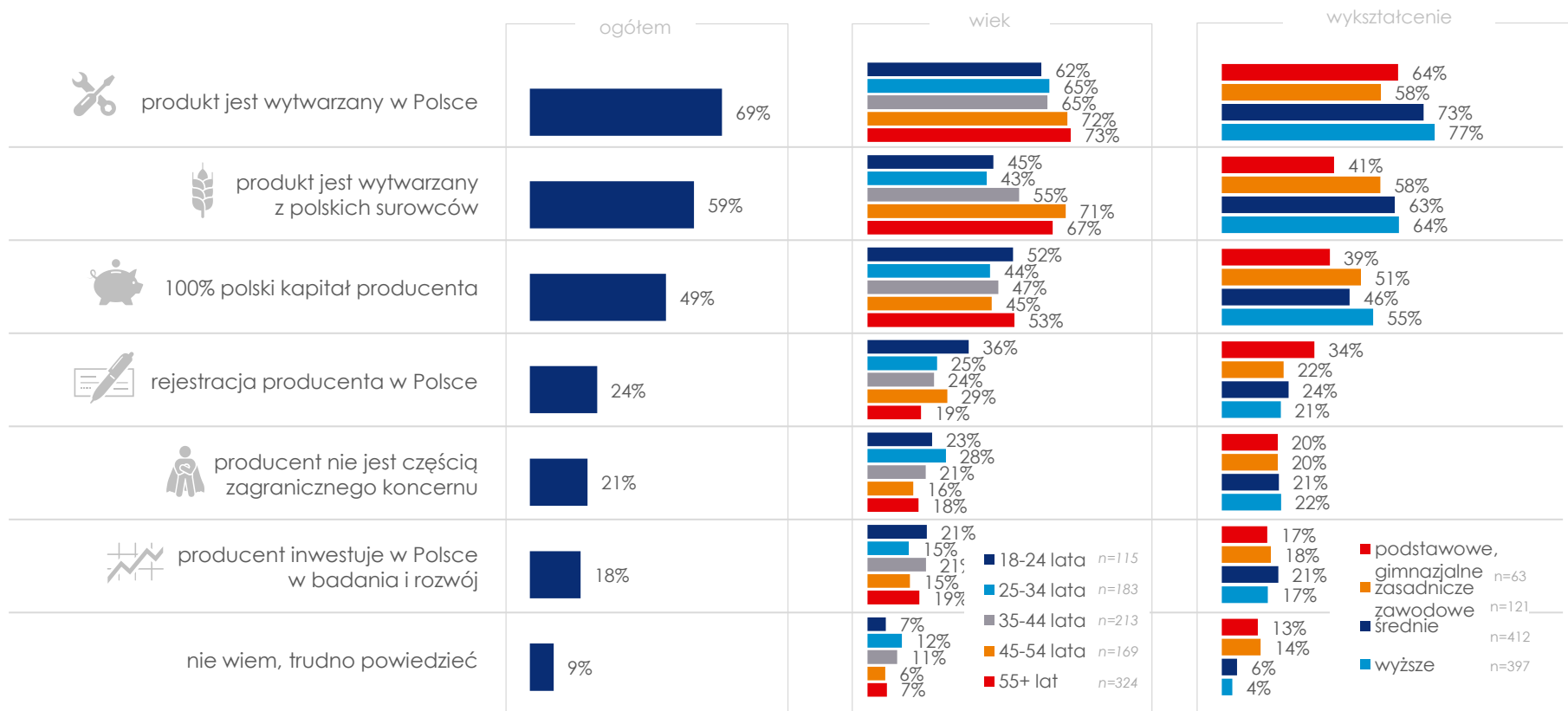
Badanie wykonane na zlecenie PGE Polskiej Grupy Energetycznej - inicjatora kampanii społecznej "Polskie-kupuję to!"





P2. Jak rozumiesz polskie pochodzenie produktu, które aspekty decydują o tym czy produkt jest polski?

### Top 3 wskazania



Odpowiadający: wszyscy badani, n=1004.



Badanie wykonane na zlecenie PGE Polskiej Grupy Energetycznej - inicjatora kampanii społecznej "Polskie-kupuję to!"

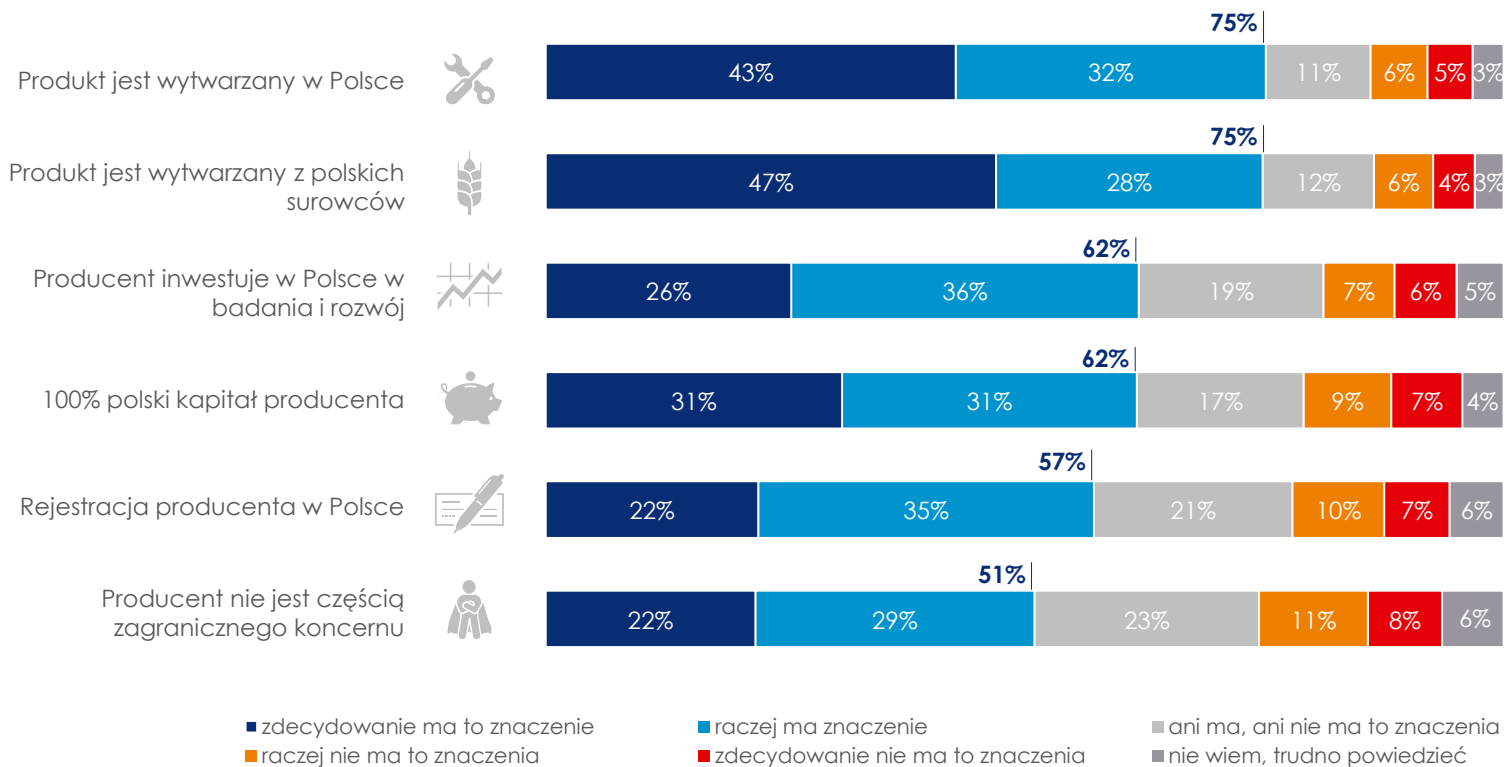






### P3. Które aspekty mają dla Ciebie znaczenie w kontekście pochodzenia produktu – tego czy dany produkt jest „polski”?

ogółem



Odpowiadający: wszyscy badani, n=1004.



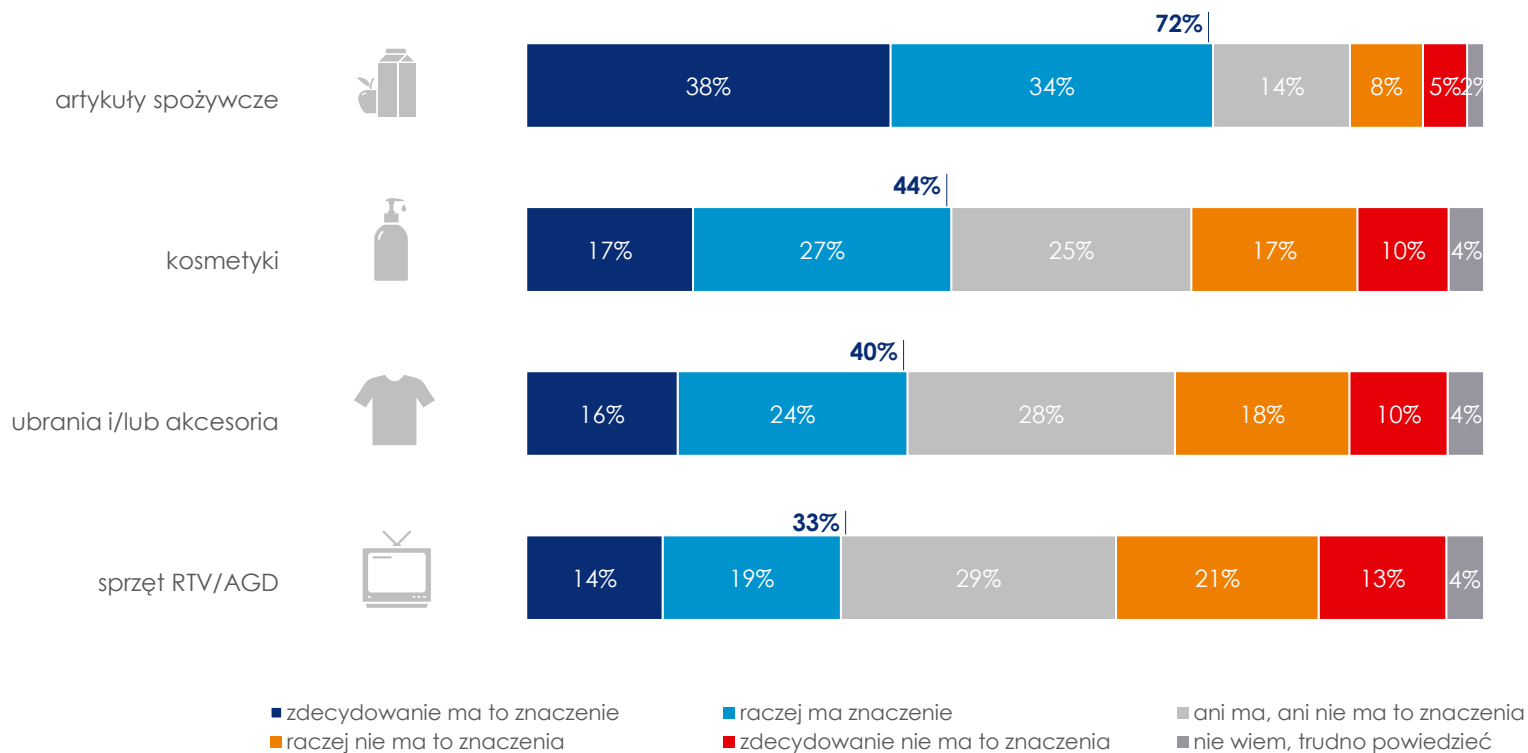
Badanie wykonane na zlecenie PGE Polskiej Grupy Energetycznej - inicjatora kampanii społecznej "Polskie-kupuję to!"





P4. Robiąc zakupy w kategorii danych produktów, na ile dla Ciebie ważne jest to, że produkt jest **polskiego pochodzenia**?

ogółem



Odpowiadający: wszyscy badani, n=1004.

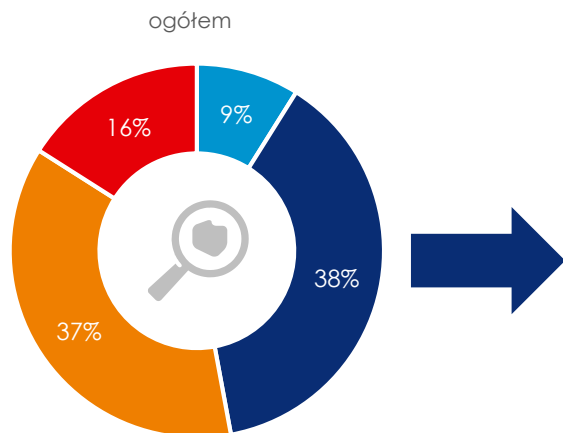


Badanie wykonane na zlecenie PGE Polskiej Grupy Energetycznej - inicjatora kampanii społecznej "Polskie-kupuję to!"





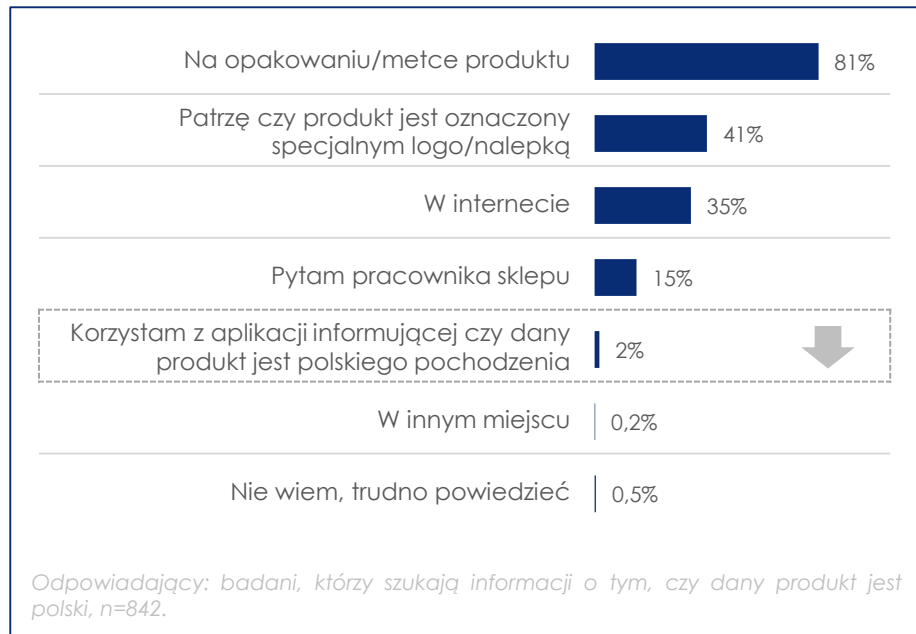
P5. Czy robiąc zakupy szukasz informacji o tym, czy dany produkt jest polski?



- Tak, zawsze
- Tak, często
- Tak, sporadycznie
- Nie, nigdy

Odpowiadający: wszyscy badani, n=1004.

P6. Gdzie najczęściej szukasz takiej informacji?



Z jakiej aplikacji?

Zaprezentowano przykładowe odpowiedzi respondentów, n=19

**Ceneo**      **Pola**      **Google**

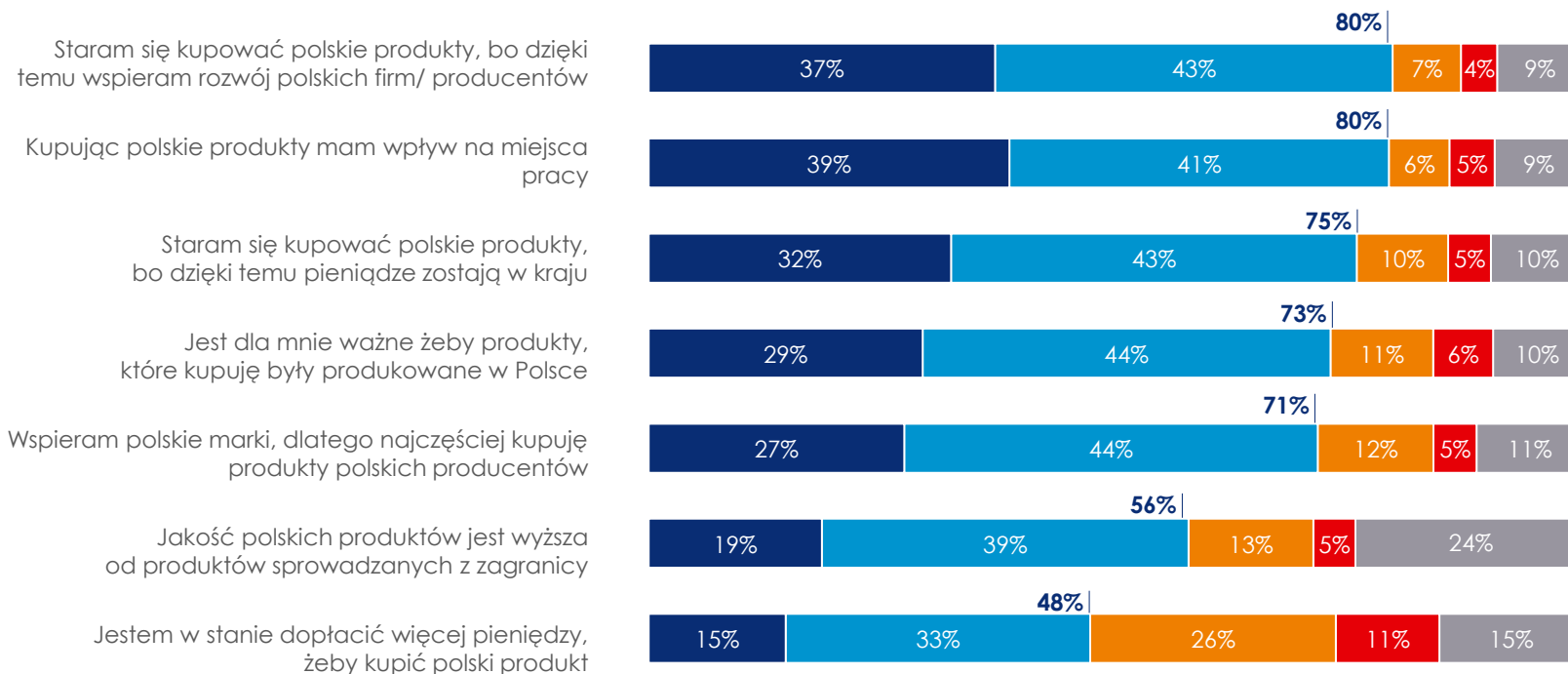
aplikacji sklepu, w którym mam zamiar kupić dany sprzęt      Zdrowe zakupy





P7. Oceń, na ile zgadzasz się z poniższymi stwierdzeniami:

ogółem



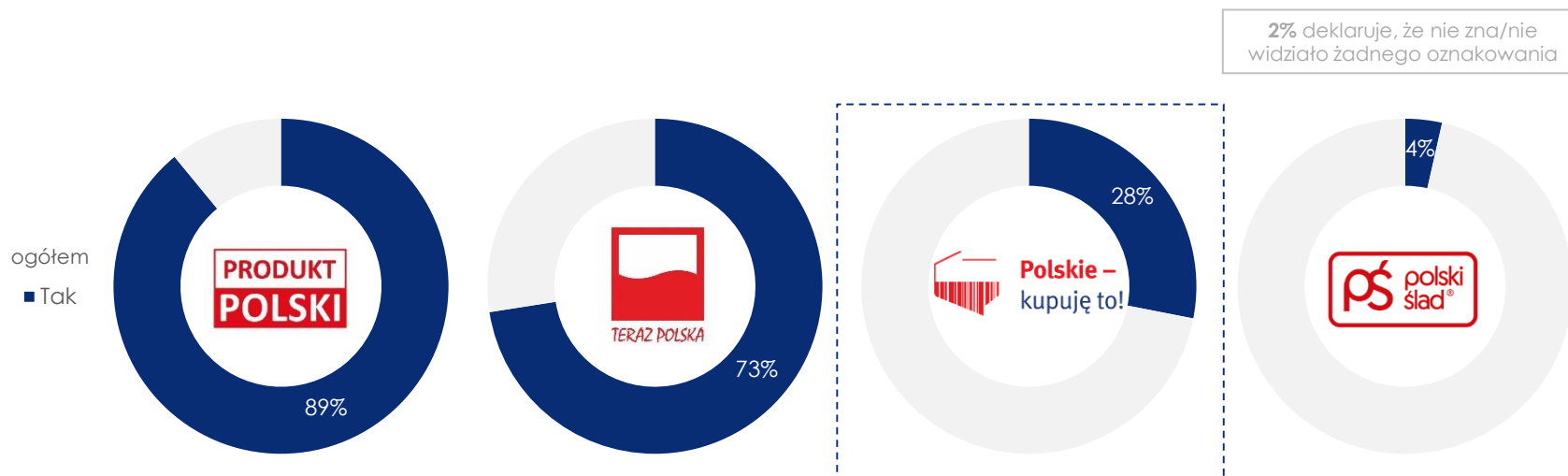
■ Zdecydowanie się zgadzam ■ Raczej się zgadzam ■ Raczej się nie zgadzam ■ Zdecydowanie się nie zgadzam ■ Nie wiem, trudno powiedzieć

Odpowiadający: wszyscy badani, n=1004.





P8. Które z poniższych kampanii/ oznakowań produktów znasz/widziałeś kiedykolwiek?



Odpowiadający: wszyscy badani, n=1004.

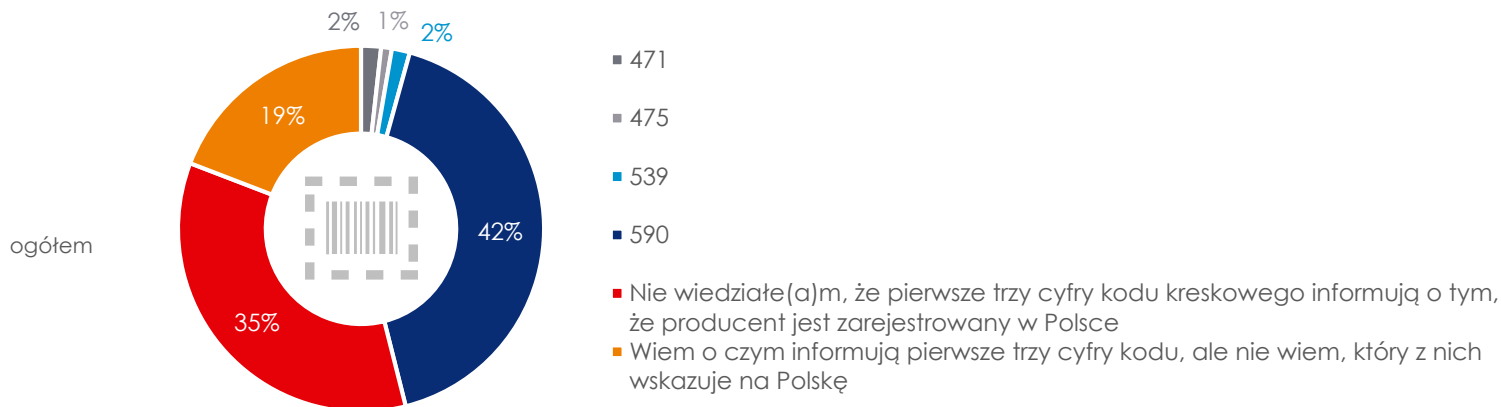


Badanie wykonane na zlecenie PGE Polskiej Grupy Energetycznej - inicjatora kampanii społecznej "Polskie-kupuję to!"

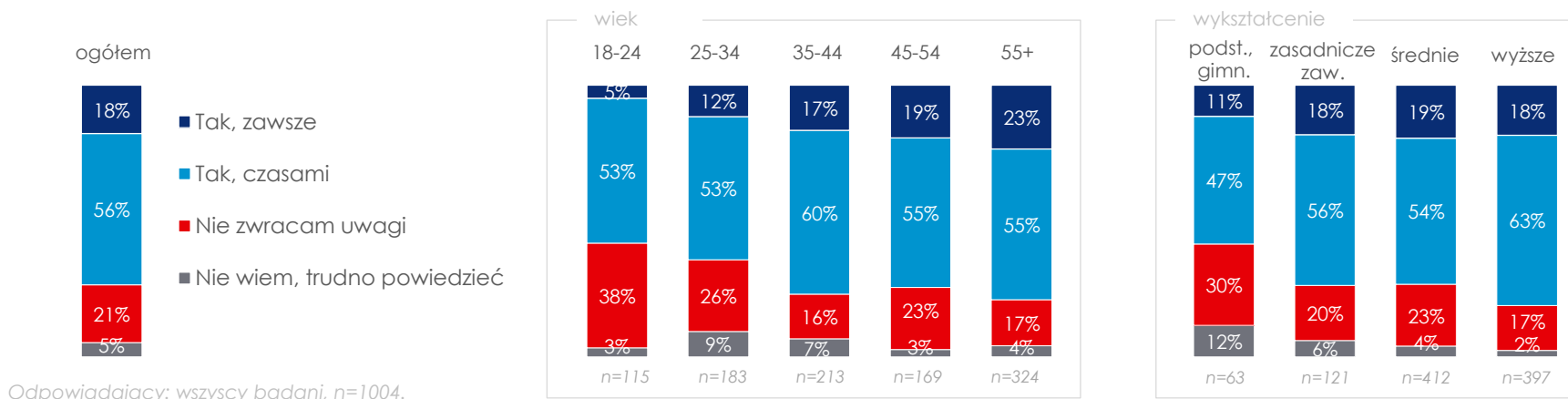




P10. Jaki początek kodu kreskowego oznacza, że dany producent jest zarejestrowany w Polsce?

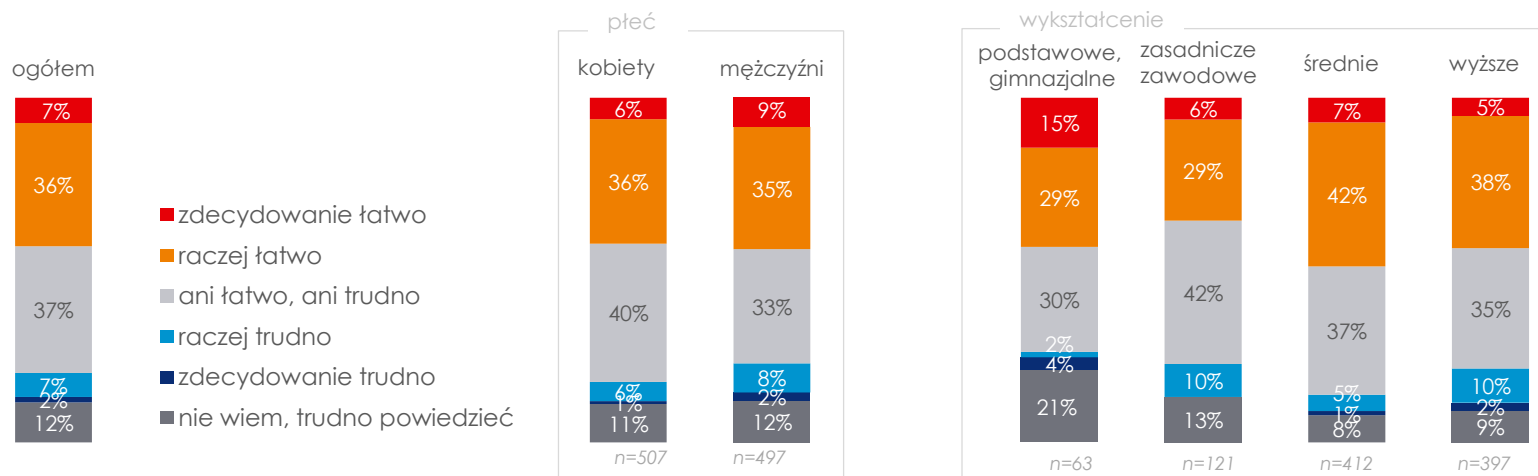


P11. Czy zwracasz uwagę na oznakowanie produktów (informujące o tym, że jest to polski produkt) robiąc zakupy?





P12. Na ile łatwo jest robiąc zakupy stwierdzić, że dany produkt jest polski?



**Dlaczego raczej trudno?**

Oznaczenia nie zawsze są zgodne z prawdą n=20

Brak oznaczeń i informacji n=19

Niewidoczne oznaczenia i/lub trudno je znaleźć n=26

Inne n=6

Brak wiedzy n=8

Odpowiadający: badani dla których raczej trudno stwierdzić jest, że produkt jest polski, n=71.

**Dlaczego zdecydowanie trudno?**

kiedy kupuję produkty "luzem" i nie widzę nazwy kraju pochodzenia  
**Bo zazwyczaj wiadomo tylko kto jest dystrybutorem.**

Zdarza się że produkt jest tylko pakowany w Polsce w moim mniemaniu nie jest to wtedy produkt polski bo trzeba szukać oznaczeń i wiedzieć czego dotyczą i jeszcze pamiętać początek kodu kreskowego

Często nie wiadomo gdzie jest zarejestrowany nawet producent.

**Słabe oznakowanie**  
klamliwe oznakowania Nie jest oznaczony

Nie zwracam na to uwagi nie wiem czym się kierować

**Często brak informacji i podróbki**

wynika to z mojej definicji czym jest polskość produktu  
brak jednolitego sposobu oznakowania ani jednej definicji polskości produktu

Polskie produkty o zagranicznych nazwach i zagraniczne o polskich nazwach  
Odpowiadający: badani dla których zdecydowanie trudno stwierdzić jest, że produkt jest polski, n=16.

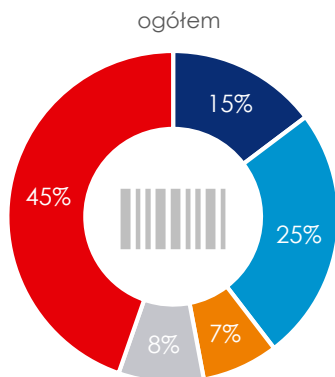
Odpowiadający: wszyscy badani, n=1004.





P14. Czy robiąc zakupy korzystasz z aplikacji Pola i skanujesz kody kreskowe produktów?

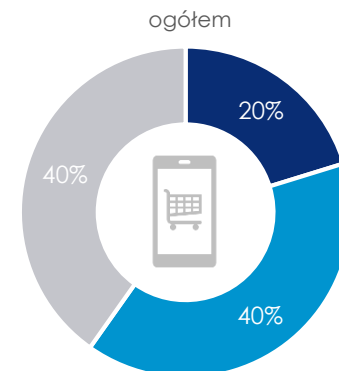
- Tak, regularnie
- Tak, od czasu do czasu
- Tak, bardzo rzadko
- Nie, zainstalowałem/am aplikację, ale nie z niej nie korzystam
- Nie zainstalowałem/am tej aplikacji



Odpowiadający: badani, którzy kiedykolwiek słyszeli o aplikacji Pola, n=96.

P15. Czy wiesz, że robiąc zakupy online możesz weryfikować polskość produktów wykorzystując do tego wyszukiwarkę kodów kresowych pola-app.pl?

- Tak, korzystam z tej funkcjonalności
- Tak, ale nie korzystam z tej funkcjonalności
- Nie wiedziałem/am o takiej funkcjonalności



Odpowiadający: badani, którzy kiedykolwiek słyszeli o aplikacji Pola, n=96.

P16. Czy masz jakieś sugestie odnośnie działania aplikacji Pola?

**„fajna aplikacja”**

**„mogłaby zawierać więcej informacji o produkcie”**

**„jest bardzo dobra i dobrze funkcjonuje”**

**„za dużo zachodu przy robieniu zakupów”**

**„używając, tracę sporo czasu, dlatego rzadko używam. Wolałbym dużą, wyraźną flagę Polski na produkcie”**

**„działa w miarę poprawnie”**

**„nie mam żadnych sugestii”**



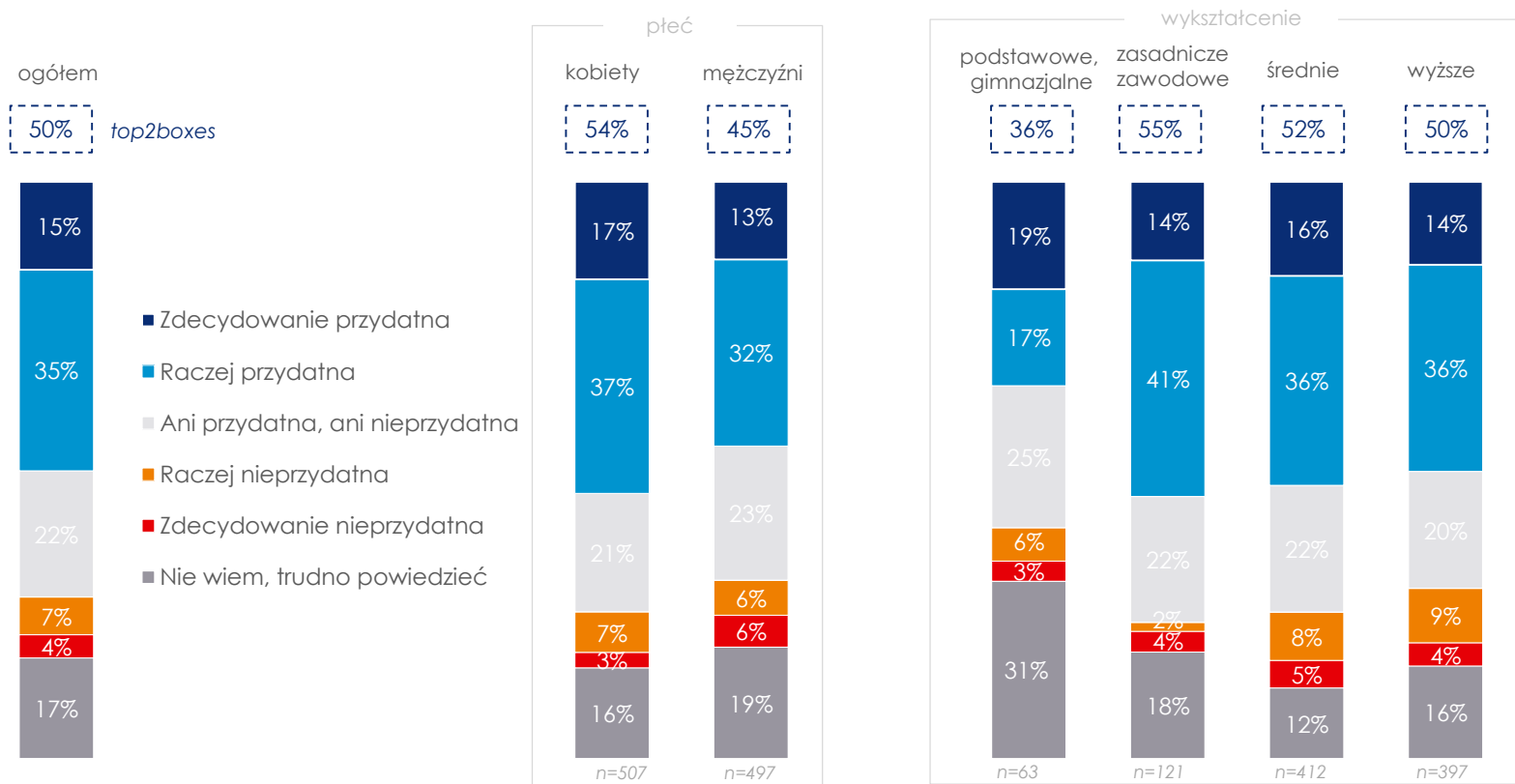
Zaprezentowano przykładowe odpowiedzi respondentów, n=62.





Aplikacja Pola pozwala pozyskać informacje na temat konkretnego produktu po zeskanowaniu kodu kreskowego. Aplikacja przyznaje każdemu producentowi punkty w skali od 0 do 100. Poza wersją mobilną dostępna jest również wyszukiwarka kodów kreskowych na stronie pola-app.pl.

### P17. Jak oceniasz przydatność tej aplikacji dla Ciebie?



Odpowiadający: wszyscy badani, n=1004.

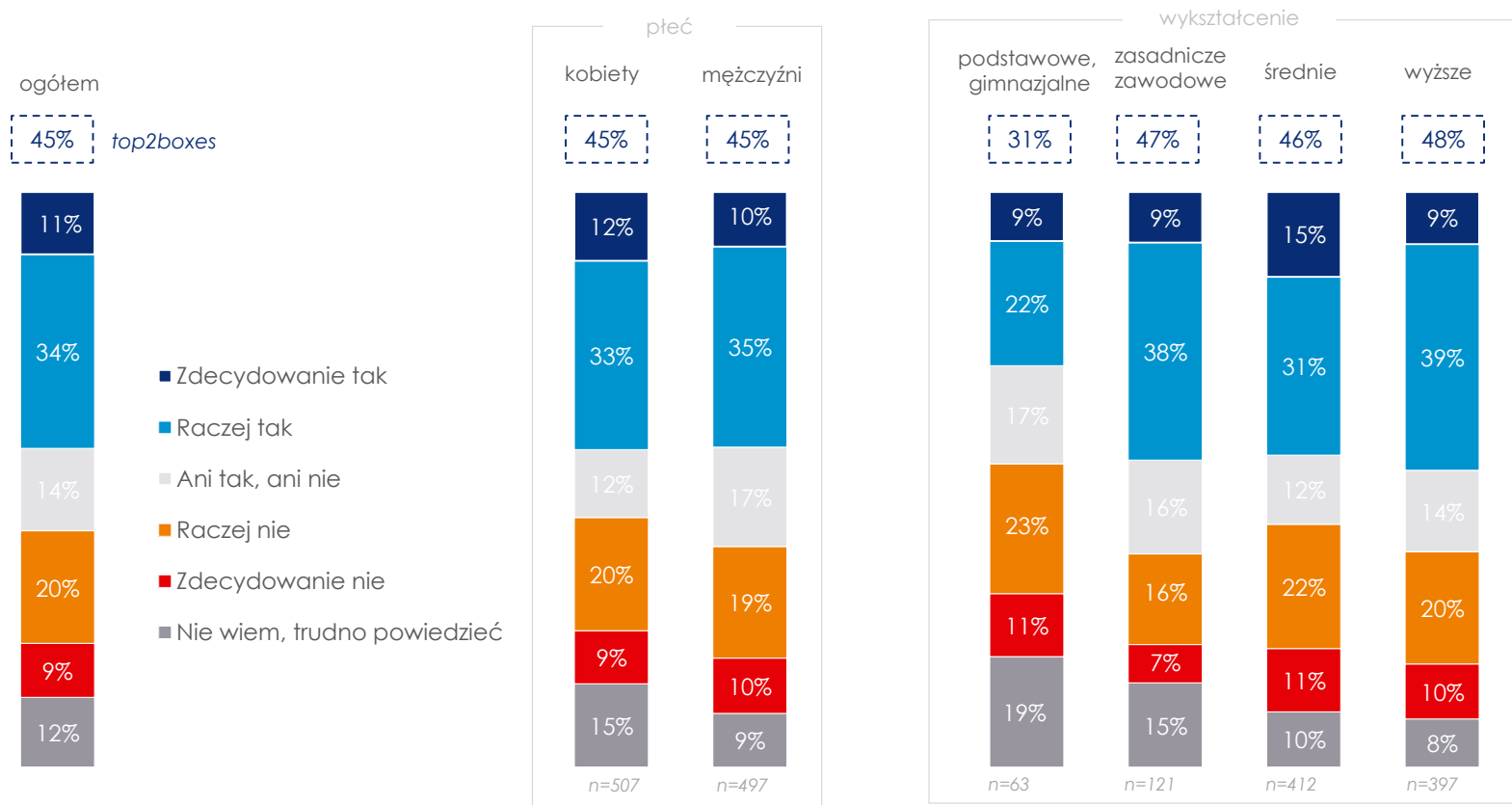


Badanie wykonane na zlecenie PGE Polskiej Grupy Energetycznej - inicjatora kampanii społecznej "Polskie-kupuję to!"





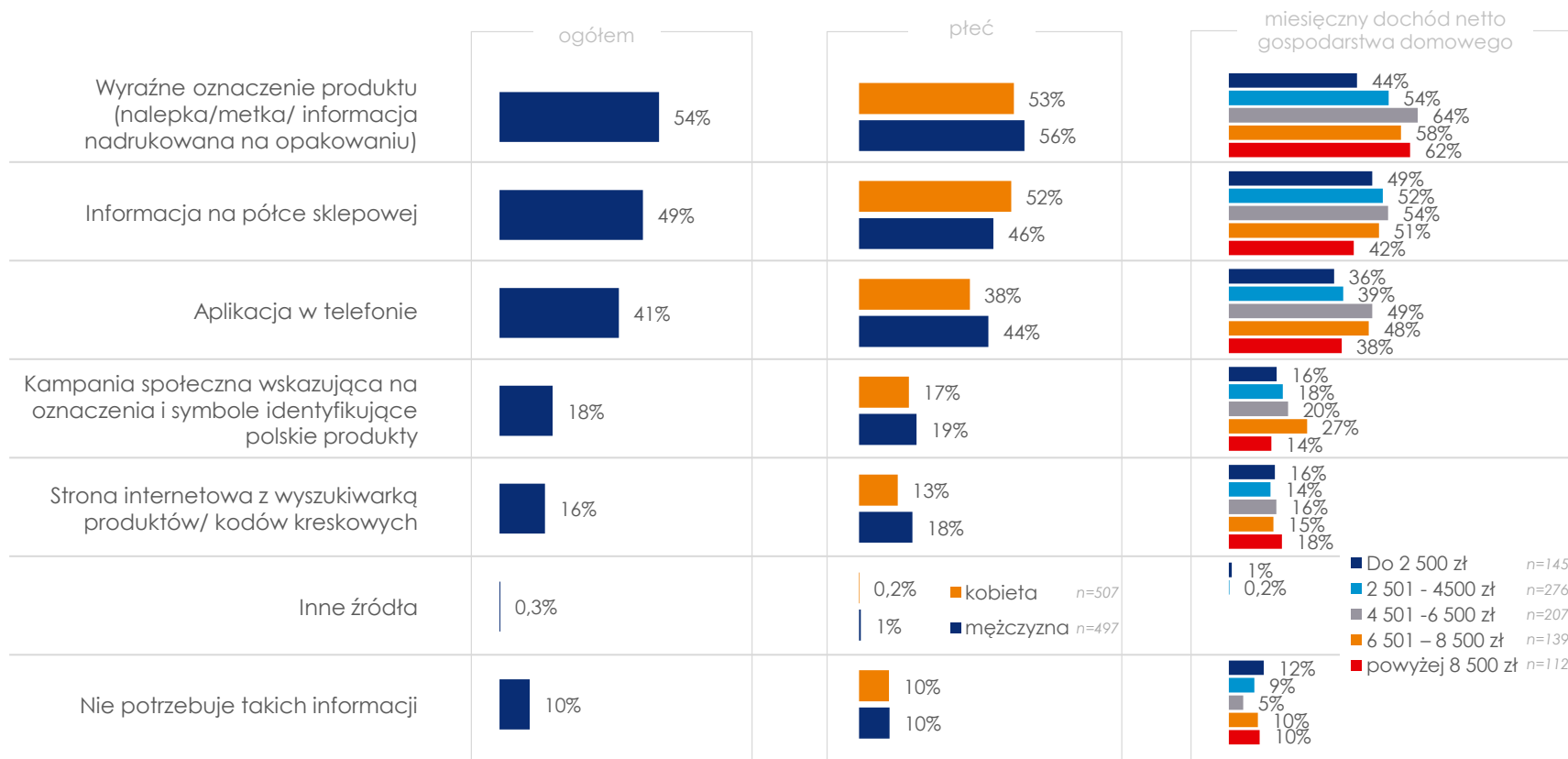
### P18. Czy korzystał(a)byś z aplikacji robiąc zakupy?



Odpowiadający: badani, którzy nie słyszeli o aplikacji Pola, n=908.



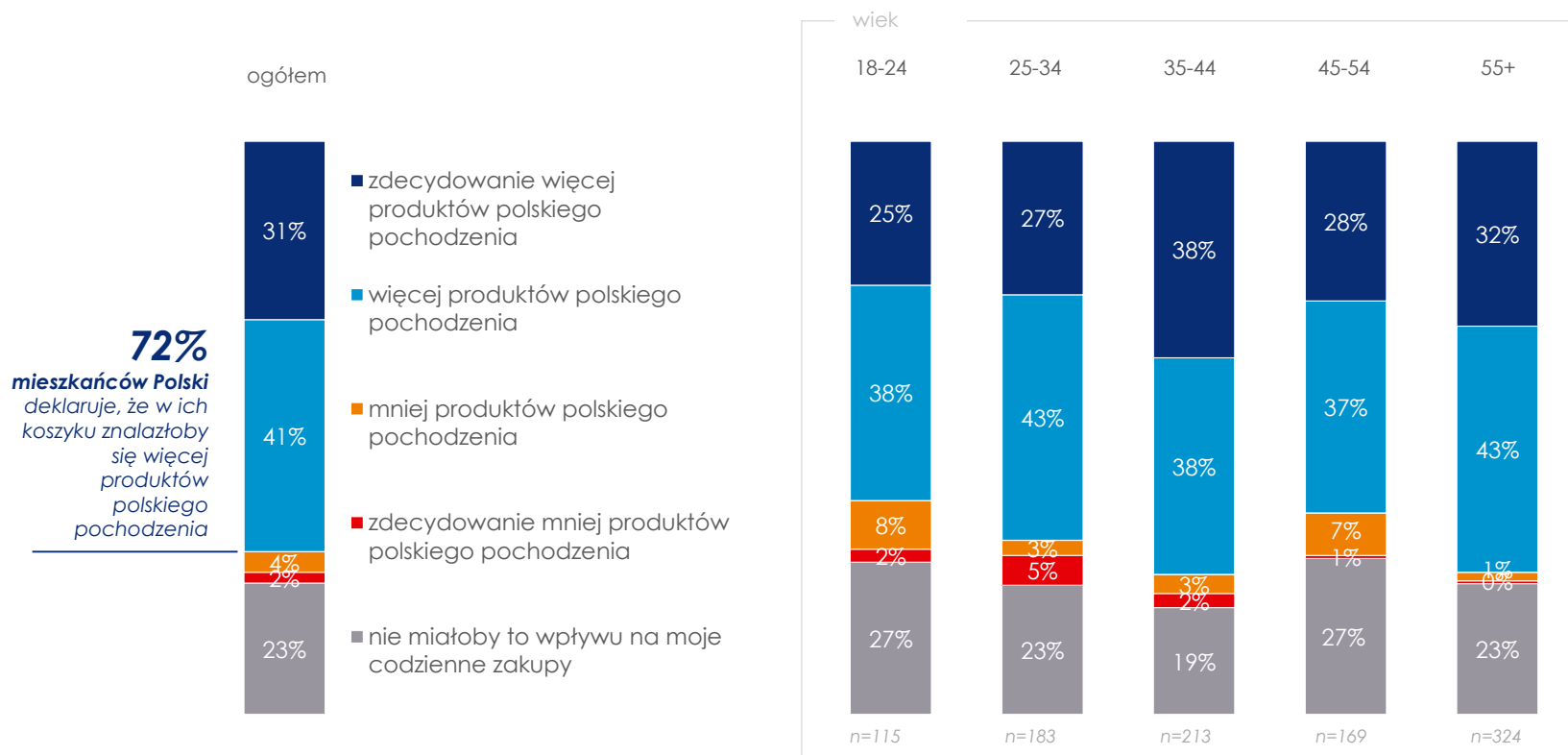
P19. W jaki sposób/ z jakich źródeł chciał(a)byś czerpać informacje o pochodzeniu produktów, które kupujesz?



Odpowiadający: wszyscy badani, n=1004.



P20. Czy mając większą świadomość/ narzędzie pozwalające w prosty sposób określić pochodzenie produktu, robiąc codzienne zakupy w Twoim koszyku znalazłoby się:



Odpowiadający: wszyscy badani, n=1004.



Badanie wykonane na zlecenie PGE Polskiej Grupy Energetycznej - inicjatora kampanii społecznej "Polskie-kupuję to!"



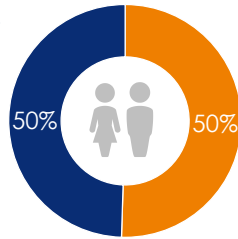


Metryczka



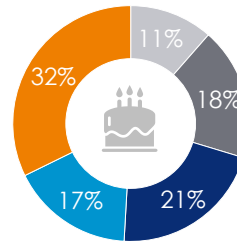
płeć

- kobieta
- mężczyzna



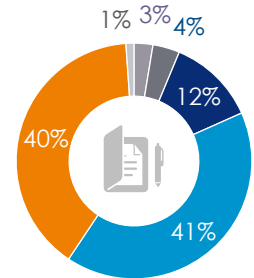
wiek

- 18-24 lata
- 25-34 lata
- 35-44 lata
- 45-54 lata
- 55+ lat



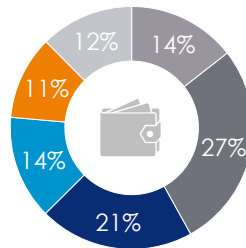
wykształcenie

- podstawowe
- gimnazjalne
- zasadnicze zawodowe
- średnie i pomaturalne
- wyższe
- odmowa odpowiedzi



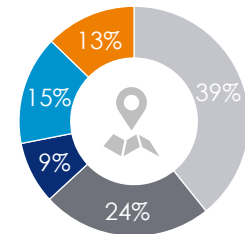
miesięczny dochód netto gospodarstwa domowego

- Do 2 500 zł
- 2 501 - 4 500 zł
- 4 501 - 6 500 zł
- 6 501 - 8 500 zł
- powyżej 8 500 zł
- Odmowa odpowiedzi



wielkość miejscowości

- Wieś
- miasto do 50 000 mieszkańców
- Miasto od 50 001 do 100 000 mieszkańców
- Miasto od 100 001 do 500 000 mieszkańców
- Miasto powyżej 500 000 mieszkańców



Odpowiadający: wszyscy badani, n=1004.



Badanie wykonane na zlecenie PGE Polskiej Grupy Energetycznej - inicjatora kampanii społecznej "Polskie-kupuję to!"





Dziękujemy za uwagę



**81-812 Sopot**  
**ul. Junaków 2**  
Tel.: (48-58) 550 60 70  
Fax: (48-58) 550 66 70  
kontakt@pbs.pl  
www.pbs.pl

Anna Ringwelska  
Kierownik projektów