

Zdecydowana większość polskich konsumentów zwraca uwagę na informacje o żywności

data aktualizacji: 2019.07.22



Polacy zwracają uwagę na informacje o produktach spożywczych i chcą wiedzieć więcej o żywności, którą kupują. To główny wniosek z badania przeprowadzonego przez agencję badawczą Inquiry we współpracy z ITBC Communication. Konsumenti interesują się zwłaszcza składem produktów i ich działaniem prozdrowotnym. Skąd czerpią wiedzę o żywności? Przede wszystkim z etykiet i od rodziny, ale za najbardziej wiarygodne źródło wiedzy uznają lekarzy i dietetyków.

Czy Polacy zwracają uwagę na informacje o produktach spożywczych? Agencja badawcza Inquiry, we współpracy z ITBC Communication, zapytała o to konsumentów podczas badania „Wiemy, co jemy? Polacy o potrzebie informacji”. Zdecydowana większość respondentów – bo aż 91 proc. – odpowiedziała pozytywnie. Najważniejszy dla nich okazał się skład produktu – 90 proc. badanych sprawdza, czy dana żywność zawiera jakieś dodatki. Równie istotne dla osób, które wzięły udział w badaniu, było działanie prozdrowotne produktu (83 proc.) i zawartość składników odżywczych (82 proc.). Konsumenti interesują się też krajem pochodzenia żywności (74 proc.) i sposobem jej produkcji – 76 proc. badanych chciałoby wiedzieć, czy dany produkt został wyprodukowany w sposób tradycyjny.

Głównym źródłem wiedzy o produktach spożywczych są dla konsumentów etykiety na opakowaniach. Sprawdza je ponad połowa respondentów. Wśród ważnych źródeł informacji o żywności respondenci wymieniają też programy telewizyjne o tematyce kulinarnej (32 proc.), znajomych i rodzinę (30 proc.) oraz internet – strony tematyczne, np. kulinarne (29 proc.).

Za najbardziej wiarygodne źródło wiedzy o produktach spożywczych konsumenci uważają porady lekarzy i dietetyków (41 proc.). Wysoko na skali wiarygodności plasują się też etykiety na opakowaniach produktów (38 proc.) i porady znajomych/rodziny (34 proc.). Polacy ufają też stronom internetowym (27 proc.) oraz programom telewizyjnym poświęconym tematyce kulinarnej (25 proc.).

- Polscy konsumenci stykają się z mnóstwem informacji na temat produktów spożywczych i sami przyznają, że trudno im jest odróżnić, które z nich są wiarygodne. Sytuacji nie ułatwiają zmieniające się mody, a także działalność wszelkiego rodzaju samozwańczych „ekspertów”. Tymczasem potrzeba wiedzy jest ogromna. Chcemy wiedzieć, czy to, co jemy, jest zdrowe dla nas i dla naszych dzieci. Mając poczucie coraz większego zanieczyszczenia środowiska, szukamy oazy naturalności. Wnikliwe czytanie etykiet to już norma, a coraz częściej z pomocą przychodzą nowe technologie – mówi **Agnieszka Górnicka**, prezes zarządu w Inquiry.

Raport „Wiemy, co jemy? Polacy o potrzebie informacji” obejmuje wyniki ankiety internetowej zrealizowanej przez agencję badawczą Inquiry na panelu YouGov, we współpracy z ITBC Communication, w maju 2019 roku, na próbie ogólnopolskiej 551 osób.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/zdecydowana-wiekszosc-polskich-konsumentow-zwraca-,55769>