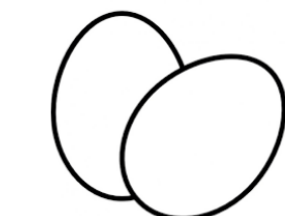


IMAS Agri: Niewiele ponad jedna trzecia Polaków rozpoznaje poprawnie kody na jajach.

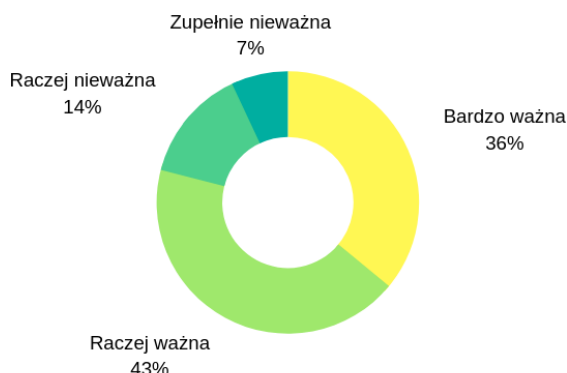
Wielkimi krokami zbliża się Wielkanoc, najważniejsze święto w religii chrześcijańskiej. Święto którego głównym atrybutem jest jajo, symbolizujące początek, wstęp do życia, odrodzenie. W okresie tym, większość Polaków zjada więcej jaj niż ma to miejsce na co dzień. Ale czy Polacy wiedzą co kupują? Z badań IMAS Agri wynika, że tylko 40 proc. Polaków w wieku 18-65 lat potrafi poprawnie rozpoznać kody znajdujące się na skorupkach.

Zacznijmy od tego, że każde jajo przeznaczone do sprzedaży detalicznej, pochodzące z zakładu produkcyjnego, musi mieć odpowiednie oznaczenie na skorupce. Z obowiązku tego wyłączone są jaja z produkcji przydomowej, przeznaczone do spożycia domowego lub okazjonalnej sprzedaży. Pierwsza cyfra tego oznaczenia, informuje o sposobie hodowli kur, które zniosły dane jaja. Jaja dzielą się więc na zniesione przez kury chowanej w warunkach ekologicznych (kod 0), następnie na wolnym wybiegu (1), na ściółce (2) oraz w klatce (3). Zgodnie z danymi Krajowej Izby Producentów Drobiu i Pasz, największy udział w rynku konsumenckim, ma ostatnia z tej kategorii.

Jak ważna dla Ciebie jest informacja o sposobie hodowli kur, które zniosły jaja? (w proc.)



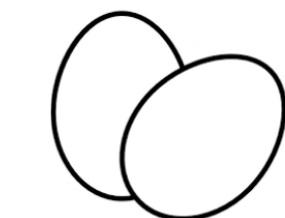
Podstawa, n=498
Polaków w wieku
15-65 lat



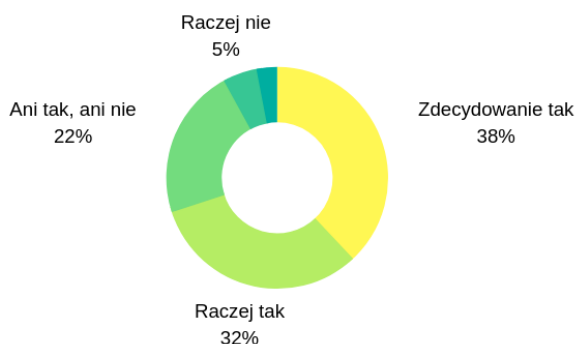
Źródło: IMAS International

Z badania wynika, iż większość Polaków deklaruje, że informacja o sposobie hodowli jest dla nich ważna (bardzo ważna - 36 proc., raczej ważna - 43). Tylko dla co piątej (21 proc.) osoby ta informacja jest nieważna.

Czy zgadzasz się z opinią, że jaja o różnych oznaczeniach hodowli, różnią się od siebie jakością (np smakiem, zawartością substancji odżywczych)?
(w proc.)



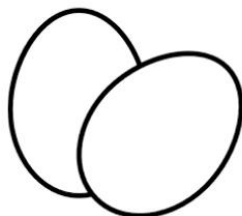
Podstawa, n=498
Polaków w wieku
15-65 lat



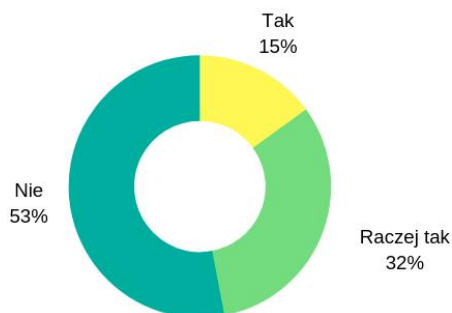
Źródło: IMAS International

Być może, tak duży odsetek osób twierdzących, że rodzaj hodowli jest dla nich istotny, wynika z przekonania o wyższej jakości jaj tych, które mają „lepsze oznaczenie”? Wyniki wydają się potwierdzać tę tezę. 70 proc. respondentów zgadza się z opinią, że jaja o różnych oznaczeniach, mogą inaczej smakować, mieć inny zawartość substancji odżywczych i – kto wie – także wartość energetyczną. Tylko 8 proc. osób nie potwierdza tego podejrzenia.

Czy potrafisz dopasować numeryczny kod znajdujący się na początku oznaczenia na skorupce, do rodzaju hodowli kur, które zniosły jaja?
(w proc.)



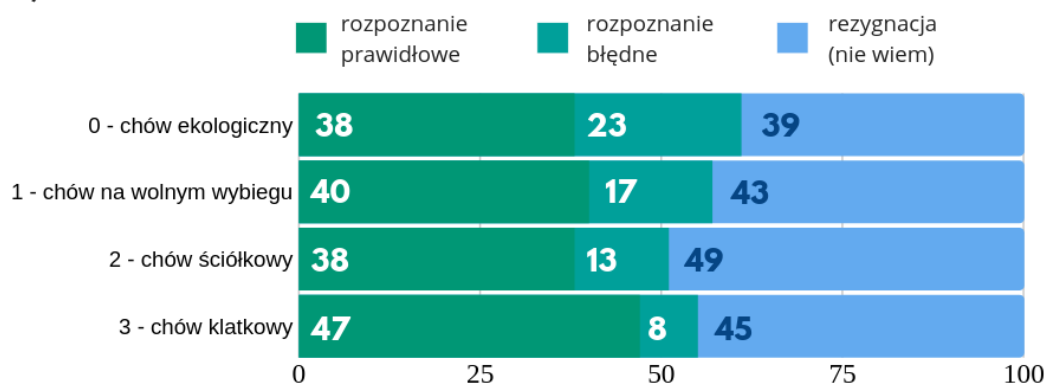
Podstawa, n=498
Polaków w wieku
15-65 lat



Źródło: IMAS International

W naszej ankiecie poinformowaliśmy respondentów, że będą rozpoznawać oznaczenia hodowli kur na podstawie oznaczeń numerycznych. Tylko 15 proc. respondentów jest przekonanych, że podoła zadaniu rozpoznania hodowli kur, kierując się jego oznaczeniem na skorupce. Kolejne 32 proc. nie jest tego aż tak pewna.

Rozpoznawalność kodów oznaczających rodzaj chowu kur, umieszczonych na skorupkach jaj (w proc.)



Podstawa, n=498
Polaków w wieku
15-65 lat

Źródło: IMAS Internationall

Czy respondenci umieją rozpoznawać jaja?

Najlepiej rozpoznawalny okazał się kod „3”, oznaczających chów klatkowy – co nie dziwi ze względu na fakt, że jest to najczęściej kupowany w Polsce rodzaj jaja, głównie ze względu na cenę. Aż 47 proc. osób wskazało prawidłowo typ tej hodowli, a tylko 8 proc. dokonało błędnego rozpoznania. Pozostałe kategorie oznaczeń mają podobne wyniki rozpoznawalności, choć w przypadku kodu „0” widać największą grupę osób wskazującą nieprawidłowo. W przypadku tej kategorii najszybciej o pomyłkę.

Marcin Piwowarczyk, badacz w IMAS International wyjaśnia: „Polacy powszechnie domagają się wiedzy na temat hodowli kur. Uważają, że jaja kur klatkowych, różnią się jakością od tych, które zostały zniesione przez kury mające więcej przestrzeni życiowej, a różnic doszukują się m.in. w smaku i zawartości substancji odżywczych. Dlaczego zatem rozpoznawalność kodów jest niższa od spodziewanej? Bo z tego oznaczenia na co dzień się nie korzysta. Konsumenty idąc do sklepu, na półce widzą opakowania z etykietą informującą, czy jajo jest ekologiczne, czy ściółkowe. Widzą też cenę, będącą najwygodniejszym wskaźnikiem rodzaju jaja. Kody schodzą na dalszych plan”.

Katarzyna Gawrońska, dyrektor Krajowej Izby Producentów Drobiu i Pasz, następująco komentuje przedstawione wyniki: „Badania IMAS Agri dowodzą, że wiedza Polaków na temat jaj - jednego z najczęściej spożywanych produktów - jest ciągle niewystarczająca. Sprostowania wymaga przede wszystkim to, że jaja z różnych typów chowu, różnią się smakiem lub zawartością substancji odżywczych. Wszystkie jaja mają taki sam skład chemiczny, a te z profesjonalnych hodowli smakują tak samo, niezależnie od sposobu chowu”.

Dyrektor Gawrońska uważa, że Polacy mają konserwatywne podejście do rynku jaj i nadal kupują najwięcej jaj produkowanych w systemie klatkowym, czyli oznaczonych na skorupie cyfrą 3. Jednak mimo tego, udział jaj z chowów alternatywnych w sprzedaży ogółem rośnie. Decyzje zakupowe konsumentów dotyczące droższych jaj alternatywnych wynikają z pobudek emocjonalnych i etycznych, a opierają się na wierze w wyższy dobrostan kur niosek w chowie alternatywnym.

Więcej raportów IMAS Agri: <http://imas.pl/raporty/imas-agri/>

O BADANIU

IMAS International (imas.pl) w dniach od 23 października do 6 listopada 2018 roku przeprowadził badanie zrealizowane metodą ankiety internetowej CAWI, na reprezentatywnej próbie Polaków w wieku 15-65 lat; N=498. Rozkład płci, wieku, wykształcenia, wielkości miejscowości i regionu (NUTS 2) zgodny z rozkładem populacji mieszkańców Polski.

O IMAS INTERNATIONAL

IMAS International Sp. z o.o. (www.imas.pl) od 1994 roku zajmuje się profesjonalnymi badaniami rynku i opinii społecznej. Prowadzi badania w Polsce i za granicą. Od 2017 roku prowadzi rolniczy panel badawczy IMAS Agri (www.imasagri.pl), w ramach którego wspólnie z rolnikami pomaga firmom i instytucjom związanym z branżą rolną w ulepszaniu produktów i dopasowywaniu usług do zmieniających się warunków pracy farmera.