

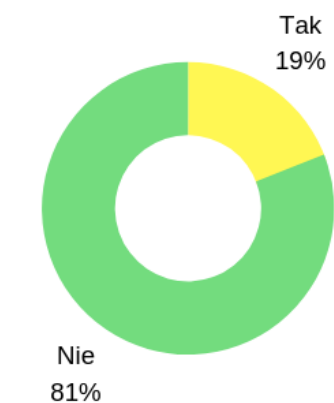
IMAS Agri: Czy Polacy słyszeli o Fair Trade?

Chociaż co piąty Polak zetknął się ze określeniem Fair Trade, to tylko co dwunasty jest w stanie wytłumaczyć jego znaczenie. Liderów handlu opartego na sprawiedliwych zasadach czeka jeszcze wiele pracy, by to zmienić. Na korzyść działa duża świadomość wśród najmłodszej grupy konsumentów.

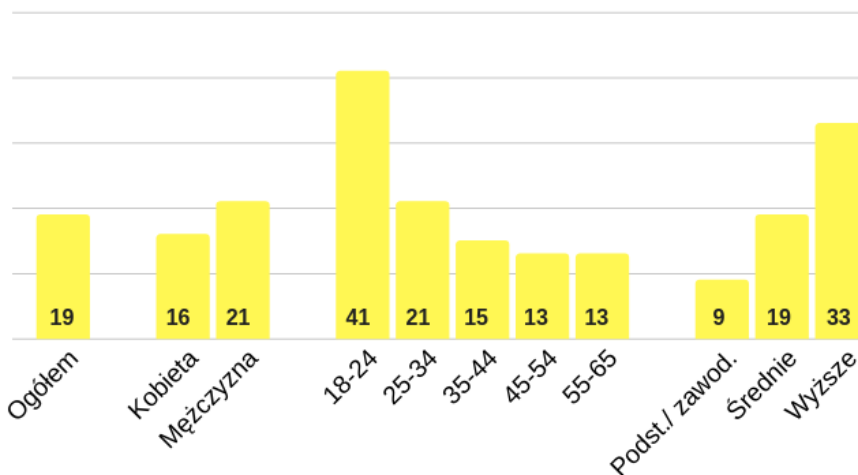
W sondażu IMAS Agri zbadano opinię Polaków na temat znajomości pojęcia Fair Trade (po polsku: sprawiedliwy handel). Pod tą nazwą kryje się idea partnerstwa handlowego, które dąży do większej równości w handlu międzynarodowym, a głównym celem jest minimalizowanie ubóstwa krajów afrykańskich, południowoamerykańskich i azjatyckich.

Co najmniej powierzchowną znajomość Fair Trade deklaruje 19 proc. Polaków. Nieco częściej są to mężczyźni (21 proc.), znacznie częściej osoby młodsze (aż 41 proc. osób w wieku 18-24 lata) oraz osoby z wykształceniem wyższym (33 proc.).

Czy zetknąłeś(-aś) się kiedykolwiek z pojęciem Fair Trade (choćby ze słyszenia/ z nazwy)? (w proc.)



Podstawa, n=1014
Polaków w wieku
15-65 lat



Źródło: IMAS International

Wśród osób, które zetknęły się z nazwą Fair Trade, bardzo dobrą znajomość pojęcia deklaruje 43 proc. osób. Są to częściej kobiety (46 proc.), osoby ze starszej grupy wiekowej (51 proc. osób w wieku 35-65 lat) oraz osoby z wykształceniem wyższym (50 proc.). Można z tego wnioskować, że osoby młodsze oraz mężczyźni częściej spotykają się z pojęciem Fair Trade, jednak to kobiety i osoby dojrzałe częściej sprawdzają, co dokładnie oznacza to pojęcie, co się za nim kryje.

Zbigniew Szalbot, członek Zarządu Fundacji „Koalicja Sprawiedliwego Handlu” - Fairtrade Polska, optymistycznie komentuje uzyskany wynik:

„Z naszych badań i analiz, potwierdzonych przez to opracowanie, wynika, że znajomość Fair Trade stale rośnie, ponadto można prognozować, że z roku na rok rozpoznawalność znaku Fairtrade oraz znajomość idei Sprawiedliwego Handlu będzie coraz wyższa. Jest to możliwe z dwóch przyczyn: na rynku pojawia się coraz więcej produktów ze znakiem Fairtrade dostępnych m.in. w sklepach ze zdrową żywnością, dyskontach i supermarketach. Potwierdzają to rosnące z roku na rok dane sprzedażowe - w 2018 roku wartość hurtowa sprzedaży produktów Fair Trade w Polsce przekroczyła 111 mln złotych, co oznacza 75-procentowy wzrost w porównaniu z poprzednim rokiem. Poprzez nasze działania edukacyjne i partnerstwo z firmami oferującymi produkty ze znakiem Fairtrade docieramy do coraz szerszej grupy konsumentów.”

Beata Pachnowska, dyrektor ds. badań w IMAS International dodaje:

„Proste komunikaty i oznaczenia handlowe typu Fair Trade często są ułatwieniem dla konsumentów, stanowiąc prostą wskazówkę do rozpoznawania jakości produktów i ich pochodzenia. Znak Fairtrade może przenosić bogatą informację nie tylko produktową, ale też ideologiczną i emocjonalną, jego znajomość na pewno pomaga osobom odpowiedzialnym społecznie i świadomym konsumentom. Obecny poziom znajomości Fair Trade pokazuje, że jest jeszcze wiele do zrobienia, ale już dziś może stanowić bazę do gromadzenia wiedzy dla niemal 1/5 konsumentów”.

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

O BADANIU

IMAS International (imas.pl) w dniach 20-27 czerwca 2018 roku przeprowadził sondaż metodą ankiety internetowej CAWI, na kwoto-losowej próbie Polaków n=1011. Rozkład płci, wieku, wykształcenia, wielkości miejscowości i regionu (NUTS 2) zgodny z rozkładem populacji mieszkańców Polski w wieku od 15 do 64 lat.

O IMAS INTERNATIONAL ORAZ IMAS AGRI

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 którym zarejestrowani rolnicy wypełniają ankiety w zamian za wynagrodzenie. Panel pomaga firmom i instytucjom związanym z branżą rolną w ulepszaniu produktów i dopasowywaniu usług do zmieniających się potrzeb.