



CZĘSTOTLIWOŚĆ KUPOWANIA PRODUKTÓW EKOLOGICZNYCH PRZEZ POLAKÓW

wyniki badania sondażowego
luty 2024 r.

WSTĘP



Cel badania:

badanie miało odpowiedzieć na pytanie, jak bardzo ekologiczne są postawy mieszkańców Polski. W tym celu zastosowano wskaźnik częstotliwości nabywania produktów oznaczonych jako ekologiczne w ośmiu wybranych grupach asortymentowych: produkty spożywcze, kosmetyki, chemia gospodarcza, odzież, obuwie, artykuły i dodatki do domu, karma i produkty dla zwierząt, materiały budowlane.



Metodologia badawcza:

badanie zrealizowane zostało techniką ankiety internetowej CAWI na reprezentatywnej próbie N=686 kobiet i mężczyzn w wieku od 18 do 75 lat. Dobór próby prowadzony był metodą kwotową, kontrolowaną ze względu na płeć, wiek, wykształcenie, miejsce zamieszkania. Wyniki badania porównano z sondażem przeprowadzonym w sierpniu 2022 roku (analogiczny dobór próby oraz pytania, N=1068).



Termin realizacji badania:

badanie zrealizowano w styczniu 2024 roku.



Uwagi:

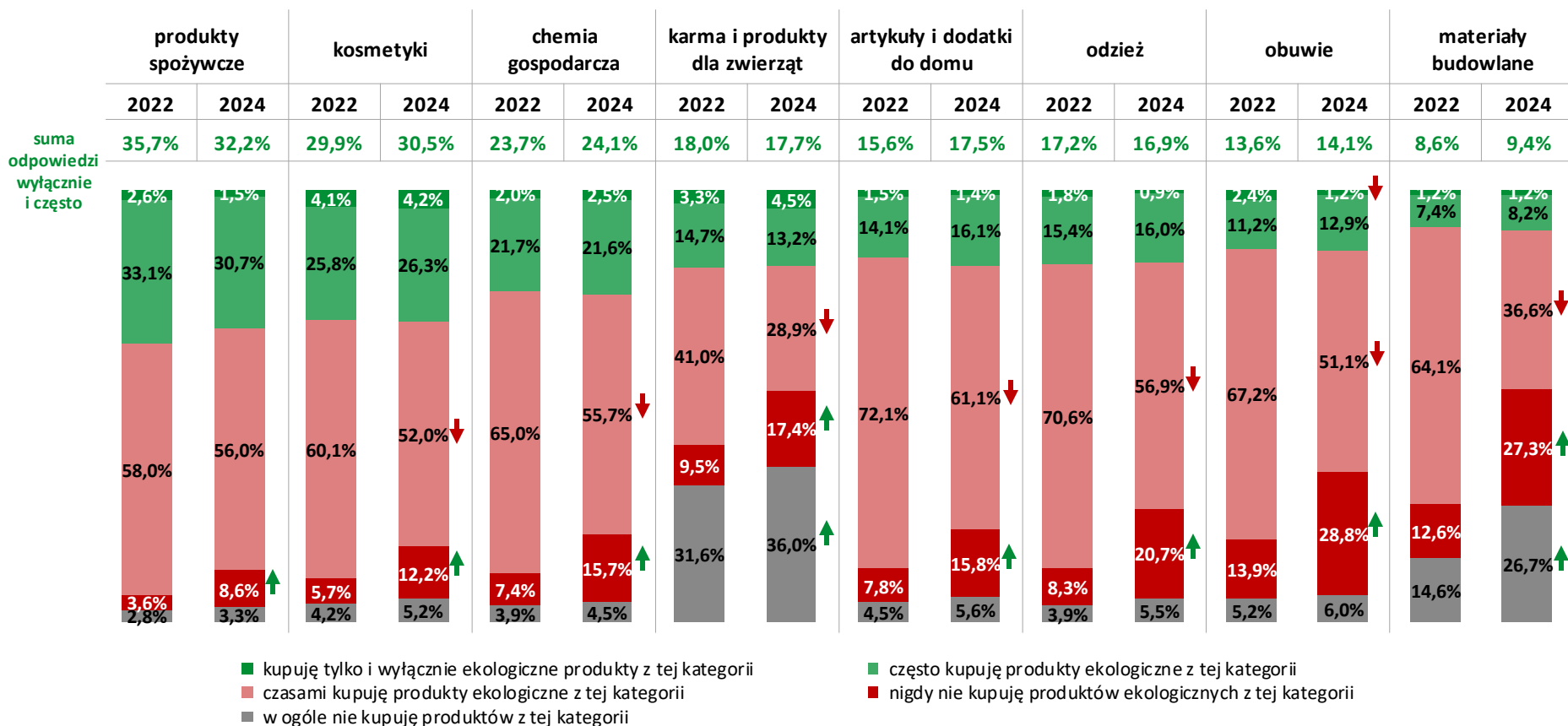
przedruk lub wykorzystanie niniejszych wyników badań BCMM w całości lub w części jest dozwolone wyłącznie z podaniem źródła – „raport BCMM – badania marketingowe pt. Częstotliwość kupowania produktów ekologicznych przez Polaków, luty 2024 r.”



Wyniki badań sondażowych

CZĘSTOTLIWOŚĆ KUPOWANIA PRODUKTÓW EKOLOGICZNYCH

Odsetek respondentów, którzy zawsze lub często kupują produkty oznaczone jako ekologiczne nie zmienił się istotnie w porównaniu do poprzedniej edycji badania (2022). Kategorie asortymentowe, w których badani najchętniej sięgają po produkty ekologiczne to artykuły spożywcze (32% deklaruje częste lub wyłączone nabywanie produktów oznaczonych jako ekologiczne), kosmetyki (30%) i chemia gospodarcza (24%). Wzrósł natomiast odsetek badanych mieszkańców Polski, którzy nigdy nie decydują się na zakup produktów ekologicznych (w 2022 roku obserwowano nieco większą grupę respondentów, którzy czasami sięgali po produkty ekologiczne).

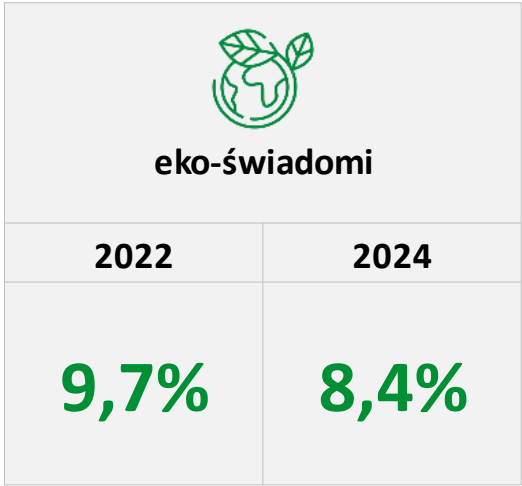
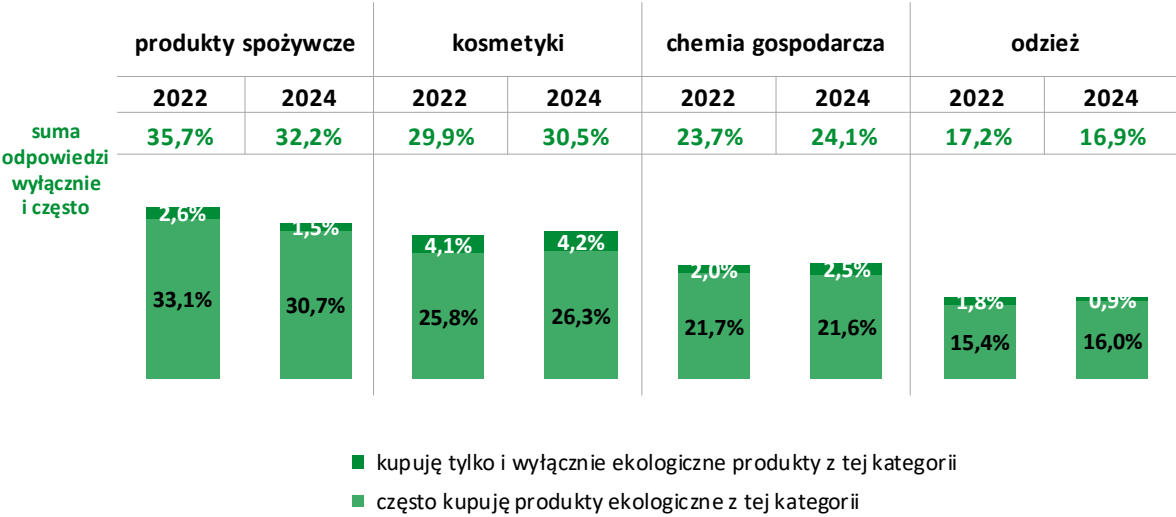


↑↓ Istotna różnica w porównaniu do sierpnia 2022 roku

08/2022 N=1068
01/2024 N=686

ODSETEK EKO-ŚWIADOMYCH WŚRÓD BADANYCH

Na podstawie deklarowanej częstotliwości zakupu produktów oznaczonych jako ekologiczne w czterech podstawowych grupach asortymentowych (artykuły spożywcze, kosmetyki, chemia gospodarcza i odzież) wyodrębniono najbardziej zaangażowaną grupę eko-świadomych, którzy zawsze lub często kupują produkty ekologiczne z wymienionych kategorii asortymentowych. Udział tego segmentu w rynku, ponad 8%, nie zmienił się istotnie w porównaniu z poprzednim pomiarem.



zawsze lub często kupują produkty ekologiczne we wszystkich czterech wyróżnionych kategoriach: produkty spożywcze, kosmetyki, chemia gospodarcza i odzież

PROFIL EKO-ŚWIADOMYCH

Wśród eko-świadomych niezmiennie dominują dobrze wykształcone kobiety w średnim wieku. W ciągu półtorej roku istotnie zwiększył się udział najmłodszych osób (w wieku od 18 do 24 lat) w tym segmencie.

		 eko-świadomi	
		2022	2024
	N=	102	56
	kobieta	65,7%	62,5%
	mężczyzna	34,3%	37,5%
	18-24 lat	3,9%	10,7% ↑
	25-34 lat	13,7%	16,1%
	35-44 lat	25,5%	28,6%
	45-54 lat	20,6%	14,3%
	55-64 lat	21,6%	19,6%
	65-75 lat	14,7%	10,7%
	podstawowe	4,9%	10,7%
	zawodowe	20,6%	25,0%
	średnie	40,2%	32,1%
	wyższe	34,3%	32,1%