



# POLSCY KONSUMENTI RYB I OWOCÓW MORZA



Polscy konsumenci coraz częściej „głosują widelcem”, wybierając ryby i owoce morza ze zrównoważonych źródeł, a troska o nasz ocean napędza nową falę aktywizmu konsumenckiego. Takie trendy można zaobserwować w badaniu przeprowadzonym na początku 2020 roku przez niezależną agencję badawczą GlobeScan dla organizacji pozarządowej MSC (Marine Stewardship Council). Jest to jedno z największych na świecie badań konsumentów ryb i owoców morza, obejmujące ponad 26 000 respondentów w 23 krajach. W Polsce w badaniu wzięło udział 714 respondentów, w tym 632 konsumentów ryb i owoców morza.



## 40%

polских konsumentów obawia się, że za 20 lat ich ulubiona ryba na zawsze zniknie z naszego menu



## 65%

konsumentów w minionym roku wprowadziło zmiany w sposobie wybierania ryb i owoców morza, kierując się dobrem środowiska morskiego

Najczęściej podejmowane działania:

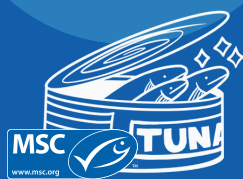
1. Zmiana marki lub produktu na takie, które są bardziej przyjazne ochronie oceanów i stad ryb
2. Wybór innych niż dotychczas gatunków ryb
3. Zmiana miejsca, w którym kupuje się ryby lub owoce morza np. inny supermarket czy sklep rybny



## CO MYŚLĄ POLSCY KONSUMENTI RYB I OWOCÓW MORZA?

### 81%

uważa, że deklaracje producentów i supermarketów dotyczące zrównoważonego rozwoju i środowiska powinny być potwierdzone przez niezależne organizacje



### 60%

jest skłonnych zapłacić więcej za produkty pochodzące ze zrównoważonych certyfikowanych połowów



### 68%

uważa, że aby chronić oceany, musimy jeść ryby i owoce morza wyłącznie ze zrównoważonych źródeł



## JAKIE RYBY KUPUJĄ POLACY?



## 4 na 10

konsumentów kupuje certyfikowane ryby i owoce morza (często lub okazjonalnie)



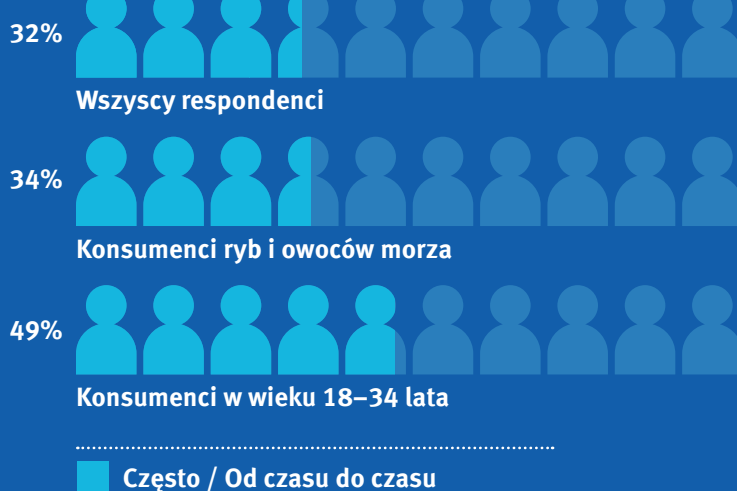
## ROZPOZNAWALNOŚĆ CERTYFIKATU MSC

Rozpoznawalność certyfikatu MSC wśród Polaków wzrosła od 2018 roku: z 26% do 32%.

Rozpoznawalność jest zdecydowanie większa wśród młodszych konsumentów w Polsce: aż 49% w grupie wiekowej 18-34 lata.



## CZY KIEDYKOLWIEK WIDZIAŁ/A PAN/PANI LOGO MSC?



## ZAUFANIE DO MSC

deklaruje 81% polskich konsumentów znających certyfikat MSC. To znaczący wzrost od 2018 r. i wysoki wynik w porównaniu ze średnią dla wszystkich 23 krajów (76%).



71% konsumentów znających certyfikat MSC poleciłoby produkty z logo MSC swojej rodzinie i znajomym.