

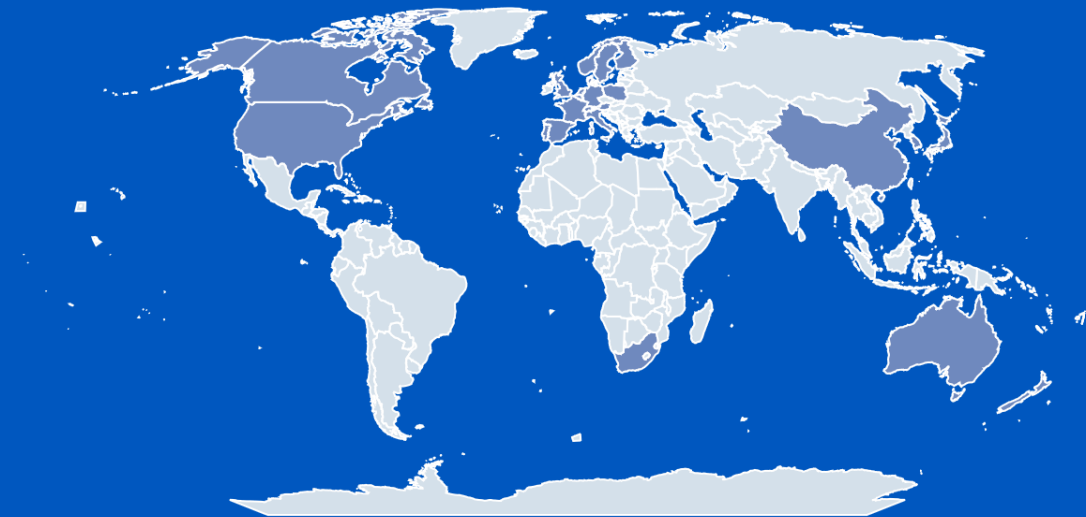
LOBESCAN 2026

Podsumowanie wyników dla Polski

WRZESIEŃ 2026



GLOBALSCAN I MSC: NAJWIĘKSZE NA ŚWIECIE BADANIE KONSUMENTÓW RYB I OWOCÓW MORZA



Na zlecenie MSC niezależna agencja badawcza GlobeScan, przeprowadziła w 2026 r. szóstą edycję globalnego badania postaw i zachowań konsumentów.

**Globe
Scan**



Badanie online przeprowadzono:

- Od lutego do marca 2026 r.
- w 23 krajach
- na próbie 31 074 osób
- w tym 20 543 konsumentów ryb i owoców morza

LOBESCAN 2026 W POLSCE



Ogół badanych Reprezentatywna próba dla danego kraju (badanie online)	n=939
Konsumenci ryb i owoców morza Osoby mieszkające w gospodarstwie domowym, w którym ktoś kupił ryby lub owoce morza w ciągu ostatnich dwóch miesięcy , i/lub osoby, które regularnie jedzą ryby lub owoce morza w domu lub w restauracji .	n=600

POŚTAWY WOBEC ZRÓWNOWAŻONEGO KORZYSTANIA Z OCEANÓW

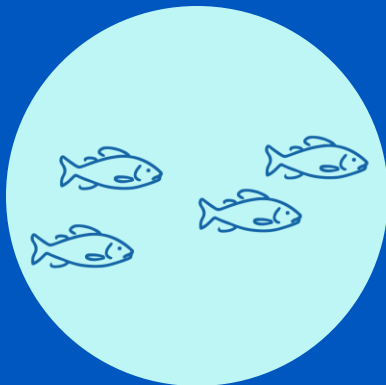


TROSKA O OCEANY POZOSTAJE BARDZO WYSOKA

Jednocześnie lekko rośnie wiara, że sytuację można odwrócić.

87%

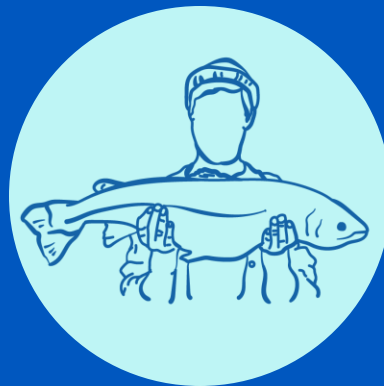
martwi się
o stan
światowych
oceanów



89% w 2024

42%

obawia się, że
za 20 lat ich
ulubione ryby
lub owoce
morza nie będą
dostępne



43% w 2024

47%

wierzy, że
w ciągu 20 lat
uda się uratować
oceany przed
nieodwracalnymi
szkodami

45% w 2024

ZANIECZYSZCZENIE WCIAŻ NR 1, ALE ROŚNIE OBAWA O PRZEŁOWIENIE

Podstawa: konsumenci ryb i owoców morza n=600

W Polsce coraz więcej osób postrzega **przełowienie** jako największe źródło obaw związanych ze stanem oceanów



74% uważa, że aby ocalić oceany, powinniśmy jeść ryby i owoce morza wyłącznie ze zrównoważonych źródeł

82% chce wiedzieć, że kupowana ryba może być prześledzona do znanego i zaufanego źródła



NIEZALEŻNA CERTYFIKACJA = WIĘKSZE ZAUFANIE KONSUMENTÓW



Potrzeba niezależnego oznakowania

76% konsumentów uważa, że deklaracje supermarketów i marek dotyczące zrównoważonego rozwoju i ochrony środowiska powinny być wyraźnie oznaczone przez niezależną organizację.



Wpływ na skłonność do zakupu

61% konsumentów deklaruje, że obecność certyfikatu MSC zwiększyłaby ich skłonność do zakupu produktu.

**ROZPOZNAWALNOŚĆ,
ZROZUMIENIE
I ZAUFANIE DO MSC**



POLSKA: MSC AWARENESS, UNDERSTANDING, TRUST



	Awareness*	Understanding**	Trust***
2016	26%	30%	68%
2018	26%	41%	69%
2020	32%	35%	81%
2022	32%	32%	78%
2024	34%	32%	75%
2026	36% (+2 pp)	34% (+2 pp)	78% (+3 pp)

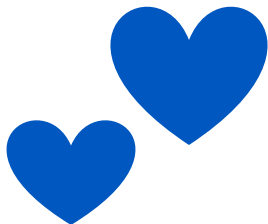
SPOSOBY KONSUMPCJI I ZACHOWANIA ZAKUPOWE



KONSUMPCJA I POPULARNOŚĆ RYB I OWOCÓW MORZA

62%

deklaruje, że lubi jeść
ryby i owoce morza



82%

gospodarstw domowych kupiło
ryby lub owoce morza w ciągu
ostatnich dwóch miesięcy



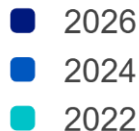
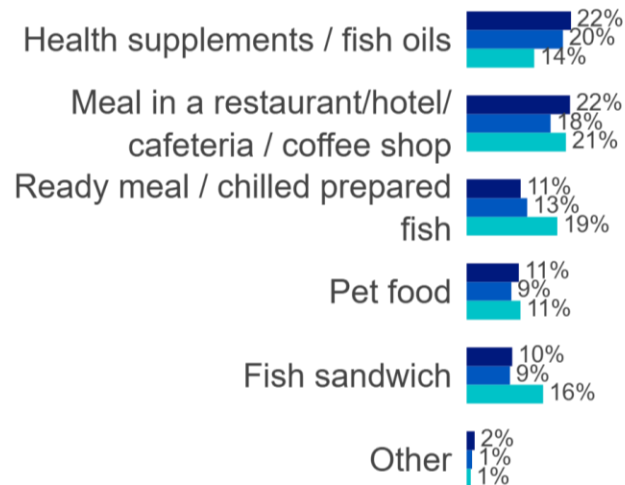
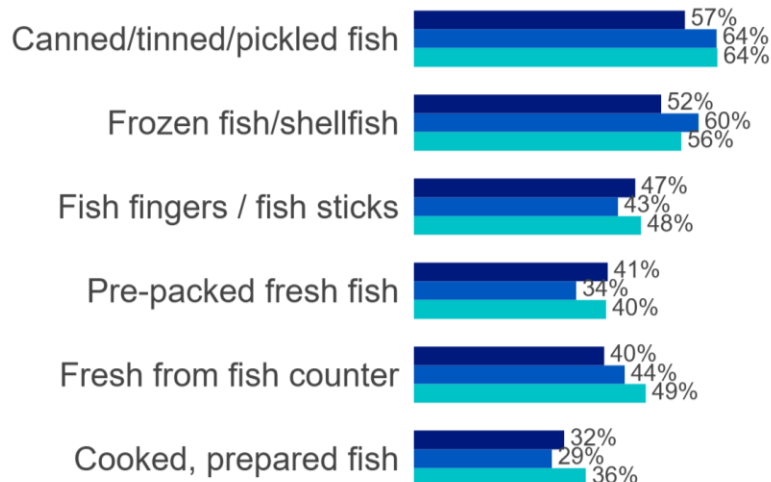
42%

Najpopularniejszym
miejscem spożywania ryb
i owoców morza jest dom:

deklaruje, że je ryby lub
owoce morza w domu co
najmniej raz w tygodniu



NAJCZĘŚCIEJ KUPOWANE FORMATY PRODUKTÓW





DZIĘKUJEMY!

KONTAKT:

Gabriela.Kotkowska@msc.org