

W ramach pilotażu projektu *Paszportyzacja polskiej żywności* NASK przeprowadził ankietę, która obejmowała sprawdzenie nawyków zakupowych, postrzegania certyfikacji oraz oczekiwań, co do zakresu informacji oraz ich prezentacji, do których konsumenci chcieliby mieć dostęp w kontekście udokumentowanej „w paszporcie” historii produkcji żywności.

Odpowiedzi w ramach ankiety udzieliło 794 respondentów, z czego 62% stanowiły kobiety, a 35,5% mężczyźni. Osoby między 40 a 55 rokiem życia stanowiły 49%, a między 30 a 40 rokiem życia – 27%, 12% stanowiły osoby w przedziale wiekowym 55–70 lat, natomiast 11% z nich to osoby w przedziale 18–30 lat.



Z badania wynika, że konsumenci przy zakupie żywności kierują się przede wszystkim ceną, składem produktu, a w następnej kolejności terminem jego ważności, krajem pochodzenia i czystością miejsca zakupu. Zakupy żywności w większości są dokonywane stacjonarnie (76%) i tylko 20% stanowią okazjonalne zakupy on-line (1–2 razy w miesiącu). 44-48% respondentów sprawdza skład produktów oraz certyfikaty jakości. Informacja na opakowaniu potwierdzająca pochodzenie i proces produkcji żywności oznacza dla respondenta głównie wyższą jakość oraz poczucie bezpieczeństwa i pewność, że jakość produktu jest powtarzalna.

Przy pytaniach dotyczących ziemniaków respondenci wskazali, że ich zakupu dokonują w ramach sprzedaży bezpośredniej, tj. od rolnika i na bazarach (łącznie 42%), ale także w sklepach dyskontowych (23%) i osiedlowych (16%). Podczas wyboru produktu konsumenci kierują się przede wszystkim wyglądem (69%), krajem pochodzenia (39%), ceną (35%) oraz przeznaczeniem kulinarnym (34%). Według ankietowanych na „paszporcie” ziemniaków powinny się znaleźć informacje o: odmianie i kraju pochodzenia, typie konsumpcyjnym, producencie, użytych środkach ochrony roślin, wynikach kontroli zdrowotności oraz cech odmianowych.

Odnosnie pytań dotyczących rynku mięsa to respondenci wskazywali, że mięso najczęściej kupują w sklepach osiedlowych (37,5%) i dyskontowych (29%). Podczas zakupu szczególną uwagę zwracają na wygląd (81%), cenę (67%), kraj pochodzenia (48%), producenta (44%) i przeznaczenie kulinarne (28%). Zdaniem konsumentów biorących udział w ankiecie na „paszporcie” mięsa powinny się następujące informacje: data przydatności, nazwa handlowa produktu, producent, kraj chowu, zastosowane antybiotyki, rodzaj chowu, zastosowanie GMO oraz warunki przechowywania.

Korzystając z okazji przekazujemy Państwu mapę drogową realizowanych i planowanych działań w ramach Etapu II Pilotażu, którą przekazujemy w załączeniu.