

Fundacja Polskiego Godła Promocyjnego



RAPORT 2024

**Chcemy płacić więcej za jakość i
sięgać po polskie produkty i usługi.
Znamy i cenimy Godło „Teraz Polska”**

**Raport z badań społeczno-rynkowych zrealizowanych
przez Fundację Polskiego Godła Promocyjnego,
organizatora Konkursu „Teraz Polska”**

**Analiza wyników / Wnioski z badania / Opinie
ekspertów / Rekomendacje dla biznesu**

Warszawa, październik 2024

Wprowadzenie

Co zbadaliśmy

Niniejszy raport został opracowany na podstawie badania zrealizowanego metodą CAWI (Computer-Assisted Web Interviewing) na próbie 1001 Polaków w wieku 18 lat i starszych w dniach 23 września–1 października 2024 r. Badanie zostało zaprojektowane i zlecone przez zespół ekspertów Fundacji Polskiego Godła Promocyjnego oraz skonsultowane, zweryfikowane i wykonane przez agencję badawczą ASM Research Solutions Strategy. Naszym celem było zrozumienie preferencji konsumenckich, w szczególności dotyczących postrzegania jakości, postaw wobec patriotyzmu konsumenckiego oraz percepcji znaku „Teraz Polska”. Analiza wyników dostarcza cennych wniosków na temat nawyków zakupowych, znaczenia jakości, zwiększającej się preferencji produktów krajowych i ewoluującej racjonalności konsumenckiej. To już kolejna edycja naszego badania, zatem mamy możliwość porównywania wyników rok do roku, a dzięki obserwacji zmieniających się trendów – również formułowania prognoz dla biznesu. Zapraszamy do lektury.

Krzysztof Przybył
prezes Fundacji Polskiego Godła Promocyjnego



35 EDYCJA
KONKURSU
DLA FIRM

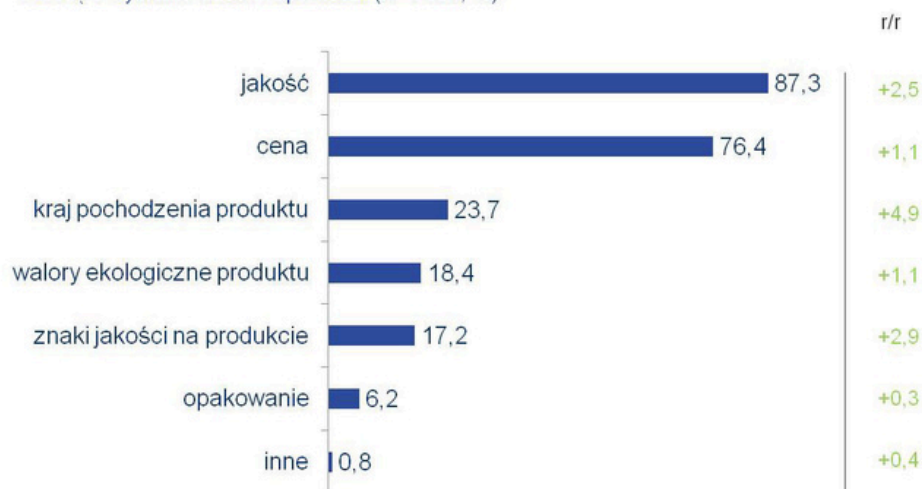


Preferencje konsumenckie

Najistotniejszym czynnikiem, który wpływa na decyzje zakupowe Polaków, jest jakość produktu – wskazało ją 87,3 proc. respondentów. Cena plasuje się na drugim miejscu (76,4 proc.). Znaczna liczba respondentów zwraca także uwagę na kraj pochodzenia produktu (23,7 proc.). Wzrost zainteresowania polskimi produktami wynika z rosnącej świadomości konsumentów oraz trendu lokalnego patriotyzmu ekonomicznego. Ciekawą tendencją jest także zwiększająca się rola walorów ekologicznych produktu. Stanowią one coraz istotniejszy czynnik w decyzjach zakupowych: w 2024 r. 18,4 proc. respondentów uznało je za istotne, podczas gdy w 2023 – 13,9 proc.

CO JEST DLA PANI/ PANA NAJWAŻNIEJSZE PODCZAS CODZIENNYCH ZAKUPÓW?

Proszę o wybranie trzech odpowiedzi (N=1 001, %)

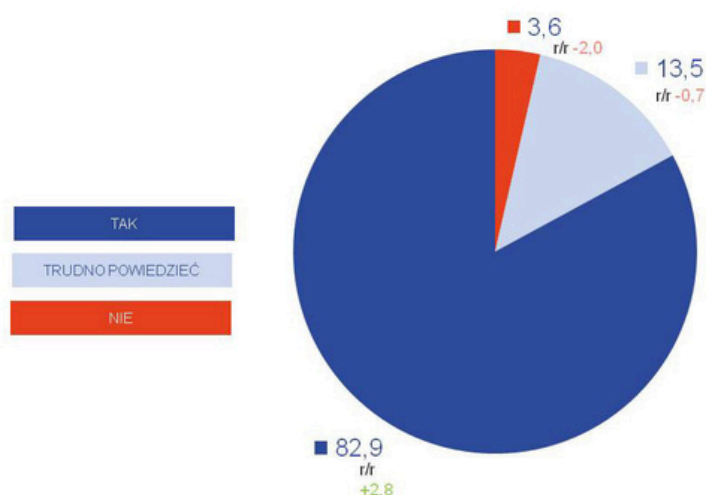


W porównaniu do poprzednich lat widać wyraźny wzrost wagi przywiązywanej do jakości i pochodzenia produktów. Te wyniki korespondują z globalnym trendem świadomej konsumpcji – konsumenci coraz częściej wybierają produkty lokalne oraz takie, które wspierają zrównoważony rozwój. Badania światowe potwierdzają, że rosnąca liczba konsumentów gotowa jest zapłacić więcej za produkty przyjazne środowisku oraz wyprodukowane lokalnie.

Chcemy płacić więcej za jakość

Znacząca większość badanych (82,9 proc.) jest gotowa zapłacić więcej za produkty o wyższej jakości. To świadczy o rosnącej świadomości konsumentów dotyczącej wartości, jaką niesie za sobą jakość. Tylko 3,6 proc. Polaków nie jest gotowych płacić więcej za jakość, co może sugerować, że mimo rosnącej inflacji i pewnych niepokojów globalnych mogących wpływać na zarządzanie domowym budżetem Polacy w dalszym ciągu preferują produkty wyższej klasy.

CZY BYŁBY/ABY PANI SKŁONNA ZAPŁAĆ WIĘCEJ ZA PRODUKT WYSOKIEJ JAKOŚCI?
(N=1 001, %)



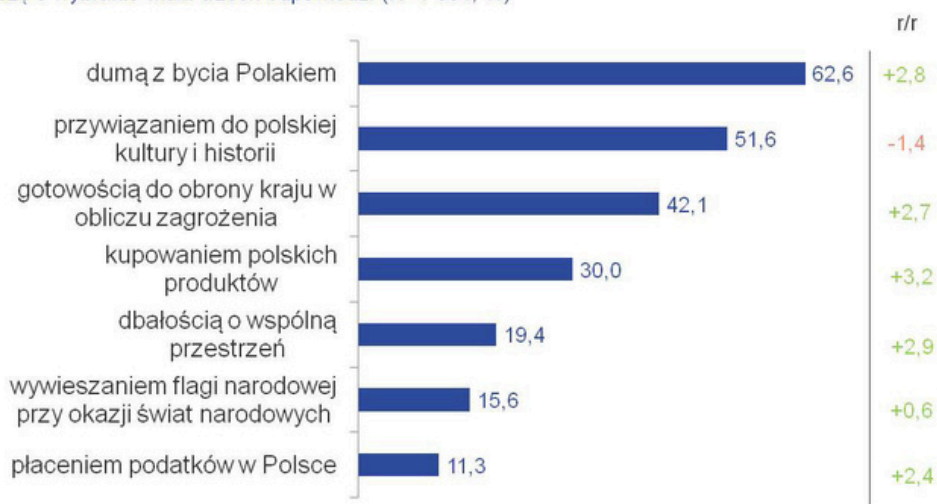
W porównaniu z badaniem z 2023 r. widzimy wzrost (o 2,8 punktu proc.) gotowości do zapłacenia więcej za produkt o wyższej jakości. Tendencja ta może świadczyć o rosnącej świadomości konsumentów odnośnie korzyści płynących z inwestowania w produkty wysokiej jakości, które charakteryzują się dłuższą żywotnością i lepszymi właściwościami. Jest to również odzwierciedlenie zmieniających się trendów konsumenckich – bardziej świadomi klienci wolą wydać więcej, aby zyskać pewność co do jakości produktu i aby mniej obciążać środowisko poprzez nabywanie rzeczy trwałej i użytecznej przez lata.

Patriotyzm konsumencki

Na pytanie, czym jest patriotyzm dla współczesnych Polaków, aż 62,6 proc. wskazało dumę z bycia Polakiem, natomiast dla 51,6 proc. badanych ważne jest przywiązanie do polskiej kultury i historii. Co ciekawe, 42,1 proc. respondentów utożsamia patriotyzm z gotowością do obrony kraju, a 30 proc. z kupowaniem polskich produktów. Ten ostatni wynik jest szczególnie istotny, ponieważ pokazuje stałe utrwalanie się w postawach społecznych tzw. patriotyzmu ekonomicznego. W 2024 r. 30 proc. Polaków uważa kupowanie rodzimych produktów za wyraz patriotyzmu, co stanowi wzrost o 3,2 punktu proc. w porównaniu do 2023 r.

CZYM JEST DLA PAN/AI PATRIOTYZM DZIŚ?

Proszę o wybranie max. trzech odpowiedzi (N=1 001, %)



Porównując te dane z latami poprzednimi, można zauważyć stopniowy wzrost znaczenia kupowania rodzimych produktów. Aż 86,9 proc. respondentów uznało, że mając możliwość wyboru, należy kupować polskie produkty. Wynika to ze zwiększającej się mody na wspieranie lokalnej gospodarki, ale także z poczucia odpowiedzialności konsumenckiej w kontekście globalnych wyzwań gospodarczych. Istotne w rozszerzaniu świadomości są akcje informacyjne i promocyjne, akcentujące słuszność kupowania krajowych produktów i usług wysokiej jakości, co jest misją i główną działalnością Fundacji Polskiego Godła Promocyjnego, organizatora Konkursu „Teraz Polska”.



Okiem eksperta



**Michał Lipiński, dyrektor
Konkursu „Teraz Polska”**

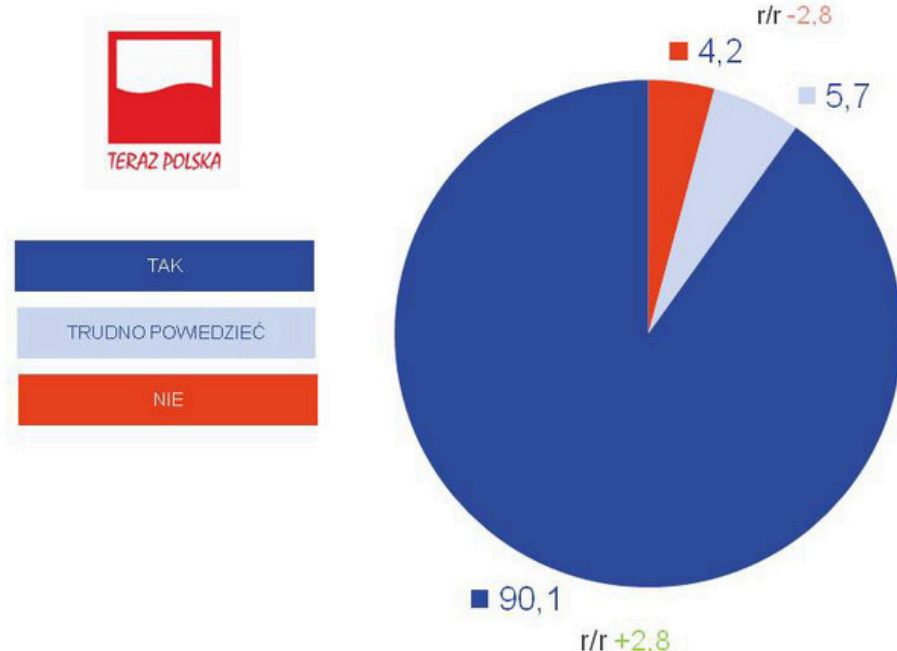
Warto inwestować w jakość i używać Godła „Teraz Polska”

Porównanie wyników naszych badań konsumencko-rynkowych z lat 2023 i 2024 wskazuje na rosnące znaczenie jakości, patriotyzmu konsumenckiego i ekologii. Pokazuje również, że zwiększa się prestiż Godła „Teraz Polska”, które skutecznie pomaga w umacnianiu pozycji rynkowej produktów i usług nagrodzonych w Konkursie „Teraz Polska”. Firmy powinny odpowiednio reagować na te trendy. Udział w Konkursie „Teraz Polska” polecam organizacjom, które inwestują w jakość. To dziś kluczowa kwestia, która w przyszłości pozwoli na utrzymanie przewagi konkurencyjnej. Budowanie marki wokół jakości i polskiego pochodzenia jest dużo łatwiejsze z Godłem „Teraz Polska”, cieszącym się wysoką rozpoznawalnością i prestiżem wśród konsumentów. Warto je zdobyć, aby zwiększać lojalność klientów.

Postawy konsumentów wobec znaku „Teraz Polska”

Znak „Teraz Polska” jest bardzo szeroko rozpoznawany – 90,1 proc. respondentów spotkało się z nim na produktach lub usługach, co świadczy o wysokim poziomie świadomości marki. Aż 88,3 proc. badanych zgadza się, że jest to dobry sposób oznaczania wysokiej jakości produktów polskich, co dodatkowo zachęca do ich zakupu. Warto podkreślić, że zaufanie do znaku „Teraz Polska” przekłada się na postrzeganie jakości. Polacy wybierają produkty i usługi nagrodzone Godłem, kojarząc je ze stabilną jakością (82,2 proc. respondentów), uznając je dzięki Godłu za rozpoznawalne (84,8 proc.) oraz przypisując im krajowe pochodzenie (87,5 proc.). Przekłada się to na realne decyzje zakupowe, co jest cenne szczególnie w czasach, gdy konsumenci stają się bardziej wymagający i świadomi.

CZY JAKO KONSUMENT SPOTKAŁ/A SIĘ PANI/KIEDYKOLWIEK ZE ZNAKIEM „TERAZ POLSKA” NA PRODUKTACH/USŁUGACH? (N=1 001, %)

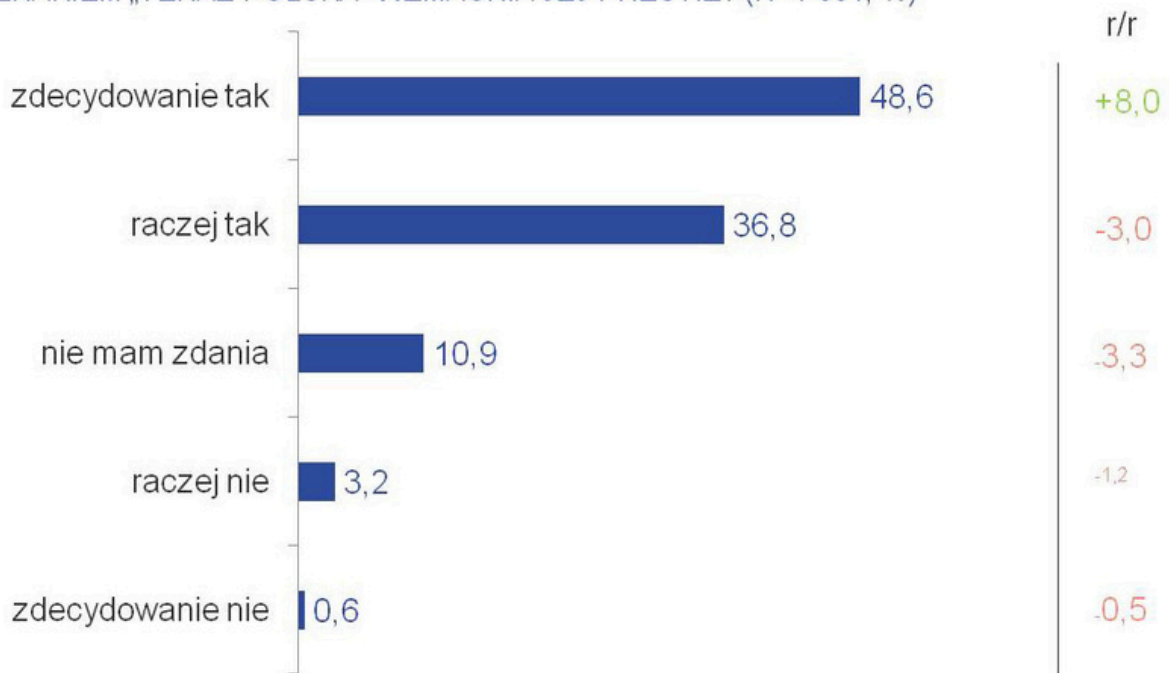


Znak „Teraz Polska” podnosi prestiż firmy

Zdecydowana większość respondentów (85,4 proc.) uważa, że wyróżnienie firmy znakiem „Teraz Polska” wzmacnia jej prestiż, co może mieć realny wpływ na wyniki sprzedażowe.

Przedsiębiorstwa, które mogą pochwalić się tym znakiem, zyskują przewagę konkurencyjną, co jest istotnym aspektem w kontekście rosnącej konkurencji na rynku. Aż 88,3 proc. respondentów uważa, że Godło „Teraz Polska” jest dobrym sposobem oznaczania wysokiej jakości polskich produktów i usług oraz zachęca do ich zakupu.

CZY ZGADZA SIĘ PANI/PAN ZE STWIERDZENIEM, ŻE WYRÓŻNIENIE FIRMY
ZNAKIEM „TERAZ POLSKA” WZMACNIA JEJ PRESTIŻ? (N=1 001, %)



Podsumowanie

Badanie Fundacji Polskiego Godła Promocyjnego, organizatora Konkursu „Teraz Polska”, ukazuje wyraźny wzrost znaczenia jakości i patriotyzmu konsumenckiego w decyzjach zakupowych Polaków. Coraz więcej konsumentów jest skłonnych zapłacić więcej za produkty i usługi lepszej jakości oraz zwraca uwagę na ich pochodzenie. Patriotyzm konsumencki, który wyraża się poprzez wspieranie rodzimych marek, odgrywa coraz większą rolę w budowaniu więzi z konsumentami.



Rekomendacje dla przedsiębiorców

- **Inwestycja w jakość i w promowanie jakości, czyli w Godło „Teraz Polska”.** W związku z wymienionymi trendami rynkowymi warto koncentrować się na podnoszeniu jakości swoich produktów i usług, ponieważ wtedy konsumenci będą skłonni zapłacić więcej. Wysoką jakość trzeba też skutecznie komunikować – tutaj z pomocą firmom przychodzi Godło „Teraz Polska”.
- **Zaufany i powszechnie rozpoznawalny certyfikat.** Dzisiejszy konsument oczekuje od biznesu dbałości o standardy jakości, budzącego zaufanie i powszechnie rozpoznawalnego certyfikatu, który ją potwierdzi, oraz transparentności procesu produkcji.
- **Wykorzystanie patriotyzmu konsumenckiego.** Firmy działające na polskim rynku powinny aktywnie promować swoje produkty jako krajowe. Kampanie marketingowe podkreślające polskie pochodzenie produktów oraz ich wpływ na lokalną gospodarkę mogą przyciągnąć większą liczbę świadomych konsumentów. Znakomitym sposobem na akcentowanie polskiego pochodzenia jest Godło „Teraz Polska”.
- **Budowanie prestiżu.** Zdobywanie Godła „Teraz Polska” powinno być priorytetem dla firm dążących do budowania długotrwałego zaufania i lojalności konsumentów. Prestiż związany z tym wyróżnieniem, akcentującym wysoką jakość i polskie pochodzenie, pozwala w sposób wyjątkowy wyróżnić się na tle konkurencji.

Okiem eksperta



Krzysztof Przybył
prezes Fundacji Polskiego Godła
Promocyjnego

Godło "Teraz Polska" to solidne wsparcie

Dziś kluczowe jest budowanie marki polskiej gospodarki. Z pewnością wyzwaniem to podejmują firmy, które startują w Konkursie „Teraz Polska”. Budując swoje marki, sięgają po wsparcie w postaci Godła „Teraz Polska”, które w rozumieniu konsumentów jest symbolem zaufania, najwyższej jakości, krajowego pochodzenia, prestiżu. Laureaci Konkursu „Teraz Polska” reprezentują to, co najlepsze w przedsiębiorczości. A jest ona najpotężniejszą siłą, która może zmieniać społeczeństwo i poprawiać życie jednostek. W swej istocie przedsiębiorczość polega na zidentyfikowaniu problemu, a następnie na odwadze i kreatywności, które pozwolą ów problem rozwiązać. Wiedzie do tego droga podejmowania ryzyka, eksperymentowania i wyciągania wniosków z porażek – nie jest to zatem droga łatwa. Lecz podążanie nią doprowadza do powstania czegoś nowego i wartościowego, czego wcześniej nie było. A przemierzanie jej z solidnym wsparciem – Godłem „Teraz Polska” – zwiększa prawdopodobieństwo sukcesu.

Okiem eksperta



dr Jarosław Górski
ekonomista, adiunkt WNE UW,
doradca Fundacji Polskiego Godła
Promocyjnego

Teraz Polska - znak najlepszej polskiej jakości

Badanie potwierdza, że choć ceny produktów i usług są dla konsumentów ważne, to jednak w cenie jest przede wszystkim jakość. Jest to kwestia kluczowa dla prawie 9 na 10 respondentów. Niewiele mniej osób zgadza się płacić więcej za wysoką jakość. Podobnie jak w innych krajach rozwiniętych, do których dołączyła Polska, również na naszym rynku liczy się sprawdzone pochodzenie produktów, będące gwarancją odpowiedniej jakości. Polskie pochodzenie produktów znajduje się na liście trzech priorytetowych kryteriów zakupowych dla niemal 1/4 konsumentów. Badania wyraźnie pokazują, że siła i prestiż Godła „Teraz Polska” nie maleją – aż 85,4 proc. ankietowanych uważa, że wyróżnienie tym znakiem wzmacnia prestiż firmy i produktu poprzez skojarzenia z rozpoznawalnością i stabilną jakością. Certyfikacja wpisuje się w aktualne trendy etycznej konsumpcji i patriotyzmu gospodarczego, dając konsumentom impuls do wspierania polskich marek. Wielu konsumentów rozumie, że to od nich zależy, czy polska jakość będzie stanowiła fundament rozwoju krajowej gospodarki i zaufania konsumentów.

Zapraszamy do udziału w Konkursie „Teraz Polska”

Obecnie jakość nie jest definiowana już tylko przez trwałość i niezawodność produktów oraz ich wzornictwo, istotne jest także, w jakich warunkach zostały wyprodukowane, jaki mają wpływ na środowisko, czy spełniają ważne potrzeby, są nowoczesne i użyteczne. I właśnie takie produkty i usługi są obecnie nagradzane Godłem „Teraz Polska”, a **rzetelność procedur i zasady Konkursu powodują, że jest to znak cieszący się największą rozpoznawalnością, renomą i zaufaniem na polskim rynku.**

Zachęcamy prezesów, przedsiębiorców, menedżerów do zgłaszania produktów i usług do 35. edycji Konkursu „Teraz Polska”. Udział w niej powinien być naturalną konsekwencją dla wszystkich, którzy w prowadzeniu działalności gospodarczej kierują się wartościami i kreatywnością oraz oferują produkty i usługi mogące stać się niezaprzeczalną wizytówką polskiej gospodarki.





TERAZ POLSKA

Fundacja Polskiego Godła Promocyjnego

ul. Górskiego 1, 00-033 Warszawa

NIP: 5251569438, KRS: 0000121597

Biuro Konkursu „Teraz Polska”

konkurs@terazpolska.pl

tel. 22 826 01 91

Dyrektor Konkursu „Teraz Polska”

Michał Lipiński

m.lipiński@terazpolska.pl

Kontakt dla mediów

kamilbroszko@terazpolska.pl

tel. 506 000 253