

Międzynarodowe badanie na temat postaw i zachowań konsumentów wobec problemów związanych ze środowiskiem, w szczególności wobec kwestii związanych ze zużyciem plastiku. Zdaniem większości europejskich konsumentów, odpady z tworzyw sztucznych stanowią najważniejsze wyzwanie środowiskowe.

## Zakres raportu:

1

Część międzynarodowa (porównanie między respondentami z 11 krajów europejskich)

- Ważność zużycia plastiku i zmian klimatycznych jako wyzwań środowiskowych
- Podmioty odpowiedzialne za kontrolowanie i ograniczanie zużycia plastiku
- Stopień aktywności w zakresie ograniczania zużycia plastiku
- Segmentacja obejmująca cztery grupy shopperów wyodrębnione na podstawie stopnia aktywności w zakresie ograniczania zużycia plastiku oraz postrzeganej ważności plastiku jako wyzwania środowiskowego

2

Część lokalna  
(próba respondentów z Polski)

- Pogłębiona charakterystyka socjodemograficzna shopperów z poszczególnych segmentów
- Najczęściej sprawdzane informacje zamieszczone na opakowaniach produktów FMCG
- Preferencje dotyczące składu, pochodzenia i opakowania produktów FMCG



- Główne wyzwania środowiskowe w skali Europy, z uwzględnieniem zużycia plastiku
- Zainteresowanie problemami środowiskowymi związanymi z nadmiarem plastiku
- Główne czynniki wpływające na nadmiar plastiku
- Preferowane rozwiązania w zakresie ograniczania zużycia plastiku w obszarze produkcji i handlu
- Deklarowane działania na rzecz ograniczania zużycia plastiku i ochrony środowiska
- Czynniki wpływające na skłonność do zapłacenia wyższej kwoty za produkt FMCG przyjazny środowisku
- Zachowania zakupowe w kontekście produktów dostępnych w plastikowych opakowaniach
- Znajomość i ocena konceptu sklepów sprzedających towar bez opakowania („unpacked shops”) oraz koncepcji mikroplastiku
- Korzystanie z mediów w kontekście problemów środowiskowych