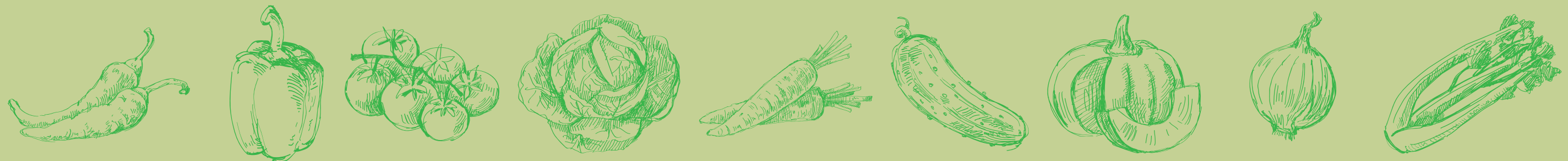




Trendy w ekozakupach Polaków

2021





Spis treści

Wprowadzenie	3
Kluczowe wnioski	4
Wybory spożywcze Polaków	6
Decyzje i częstotliwość zakupów	7
Ekologiczne wybory spożywcze	8
Opakowania	9
Eko żywność w oczach Polaków	10
Powody wyboru żywności bio	11
Skłonność do płacenia więcej za eko produkty	12
Miejsca zakupów żywności bio	13
Zaufanie do certyfikatów	14
Okieł eksperta	15
Zakupy żywności przez internet	16
Motywacje zakupów spożywczych przez internet	17
Produkty najczęściej kupowane przez internet	18
Dostawy zakupów przez internet	19
Okieł eksperta	20

Pandemia a nawyki żywieniowe	21
Codzienne zwyczaje	22
Zakupy eko produktów w pandemii	23
Okieł eksperta	24
Przyszłość rynku żywności ekologicznej	25
Zmiany na rynku żywności	26
Decyzje zakupowe w przyszłości	27
Okieł eksperta	28
Metodologia badań	29





Wprowadzenie

Szanowni Państwo,

z przyjemnością oddajemy w Państwa ręce pierwszą edycję raportu „Trendy w ekozakupach Polaków”. To kompleksowe opracowanie pozwala przyjrzeć się bliżej zachowaniom Polaków w obszarze ich wyborów żywieniowych. Mieliśmy okazję obserwować szczególny moment. Pandemia COVID-19 wpłynęła na sposób w jaki robimy zakupy, rodzaj produktów, które wybieramy i zwiększyła świadomość wpływu żywności na nasze zdrowie.

W raporcie przedstawimy Państwu aktualne trendy na rynku żywności, ze szczególną koncentracją na obszarze produktów ekologicznych. W celu uchwycenia jak najpełniejszego obrazu, pod lupę wzięliśmy kilka obszarów. Reprezentatywną grupę Polaków zapytaliśmy o ich ogólne motywacje i zwyczaje związane z zakupami produktów spożywczych, postrzeganie rynku żywności ekologicznej i zachowania związane z eko wyborami. Dodatkowo, przyjrzeliliśmy się zakupom jedzenia online oraz zmianom, które wywołała pandemia. Nie omieszkaliśmy również zapytać Polaków jak według nich będzie się zmieniało podejście do żywności ekologicznej i jakie według nich trendy będą dominowały na rynku.

Z naszego badania wynika, że ekologiczne produkty żywnościowe są częstym wyborem Polaków. Zdecydowana większość z nas kupuje je raz na jakiś czas, w tym 44% przynajmniej raz w tygodniu. Biorąc pod uwagę fakt, że zakupy spożywcze robimy 2-3 razy w tygodniu, to przynajmniej w jednej trzeciej wszystkich koszyków zakupowych znajduje się produkt ekologiczny. Co ważne, dla większości konsumentów, którzy taką żywność kupują, cena nie jest barierą. Więcej niż połowa przyznaje, że jest w stanie zapłacić więcej za produkt bio, bo jest on po prostu zdrowszy. Te dane w połączeniu z m.in. oczekiwaniami konsumentów, których znaczna część chce większego wyboru produktów ekologicznych w sklepach, pozwalają prognozować dalszy rozwój rynku.

Jedną z ważniejszych kwestii, które poruszyliśmy w naszym badaniu, są zakupy żywności online. Co ciekawe, mimo rozwoju rynku e-commerce, z jakim mamy do czynienia w ostatnim czasie, wciąż zdecydowana większość Polaków zakupy spożywcze robi stacjonarnie. Wydaje się jednak,

że to kwestia czasu i zmiany nawyków, ponieważ ci, którzy już do takich zakupów się przekonali, widzą wiele zalet, np. większy wybór czy wygoda. Nie da się ukryć, że e-commerce jest ważnym elementem przyszłości rynku żywności ekologicznej.

W raporcie przyjrzeliliśmy się także zmianom, które w zwyczajach żywieniowych Polaków wywołała pandemia. Ostatnich kilkanaście miesięcy wpłynęło nie tylko na nasz styl życia, ale również na sposób myślenia o wielu ważnych kwestiach, takich jak zdrowie. W naszym badaniu aż 12% respondentów przyznało, że w pandemii częściej kupuje żywność ekologiczną, a 6% w ogóle zaczęło ją kupować w tym czasie. Biorąc pod uwagę, że to tylko kilkanaście miesięcy, zmiana jest ogromna. A jej główną motywacją, na którą wskazywali badani, jest zdrowie. To pokazuje, że wiele osób zaczęło szukać nowych sposobów dbania o dobrostan swojego organizmu i jednym z nich jest właśnie wybór jedzenia bio.

Zapytani wprost o prognozy na przyszłość, nasi respondenci w większości przewidują rosnące zainteresowanie bio produktami spożywczymi. Wskazują również, że na rynku powinien być większy wybór wyrobów od polskich przedsiębiorców oraz mniej nieekologicznych opakowań. Tym samym wskazują kierunki, w których powinny iść firmy z branży spożywczej. Spełnianie takich oczekiwań klientów to nie tylko przyszłość biznesu, który chce się rozwijać, ale także troska o planetę.

Te i inne ciekawe wnioski znajdą Państwo w pierwszej edycji raportu „Trendy w ekozakupach Polaków”.

Życzę Państwu przyjemnej lektury.

Łukasz Gębka

Prezes Farmy Świętokrzyskiej



KLUCZOWE

Wnioski

51%

Polaków robi zakupy spożywcze
2-3 razy w tygodniu

70%

w wyborze produktów
żywnościowych kieruje się ceną

44%

Polaków kupuje ekologiczne produkty
spożywcze przynajmniej raz w tygodniu

58%

Polaków kupujących bio żywność
kieruje się kwestiami zdrowotnymi

67%

konsumentów bio żywności jest w stanie zapłacić
za nią więcej niż za produkt konwencjonalny

39%

Polaków przed wrzuceniem do koszyka produktu
ekologicznego sprawdza czy ma certyfikat, np. zielony listek

8%

internautów przynajmniej raz w tygodniu kupuje przez
internet produkty spożywcze

41%

internautów kupuje żywność przez internet
ze względu na wygodę

78%

internautów kupujących żywność online
nie ma większych uwag co do jakości dostaw



KLUCZOWE

Wnioski

29%

Polaków w pandemii zaczęło więcej gotować w domu

12%

Polaków przyznało, że w pandemii częściej kupują żywność ekologiczną

56%

Polaków częściej kupuje bio produkty spożywcze ze względu na większą troskę o zdrowie

48%

Polaków uważa, że na rynku powinno być więcej produktów spożywczych polskich firm

28%

Polaków planuje w ciągu najbliższego roku częściej kupować bio produkty spożywcze

51%

Polaków uważa, że w przyszłości ludzie będą kupować więcej żywności ekologicznej



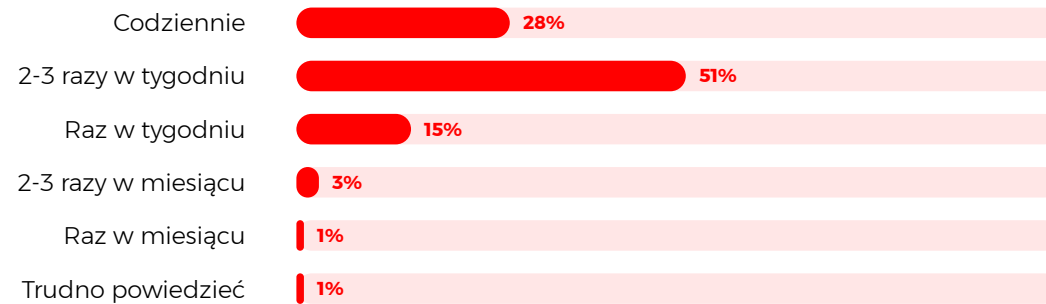
WYBORY SPOŻYWCZE POLAKÓW



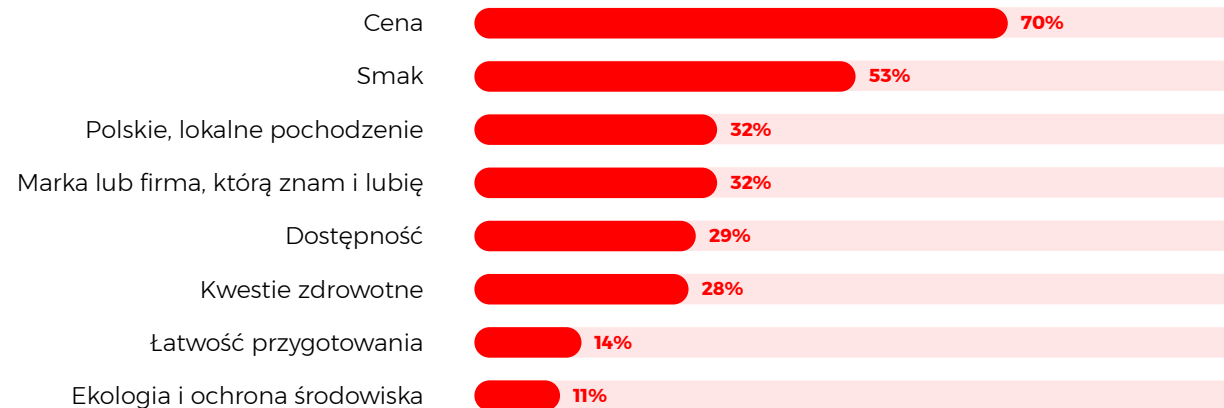
WYBORY SPOŻYWCZE POLAKÓW

Decyzje i częstotliwość zakupów

Jak często robisz zakupy spożywcze?



Co najbardziej wpływa na to jakie produkty kupujesz?



70% konsumentów kieruje się ceną wybierając konkretny produkt w sklepie

Zakupy robimy 2-3 razy w tygodniu. Kierujemy się ceną, smakiem i lokalnością

Codziennie w produkty spożywcze w sklepach zaopatruje się 28% z nas. Częściej takie zakupy deklarują kobiety (32%) niż mężczyźni (25%) oraz osoby w wieku 35-44 lata (38%). Codziennie zaopatrywanie się w jedzenie w sklepach jest rzadsze wśród mieszkańców wsi (24%), którzy częściej niż średnia zakupy robią raz w tygodniu (18%). Większość Polaków, bo 51% produkty spożywcze kupuje 2-3 razy w tygodniu. Rzadziej, bo raz w tygodniu w spożywkę zaopatruje się 15%. Nie więcej niż trzy razy w miesiącu takie zakupy robi tylko 3% respondentów.

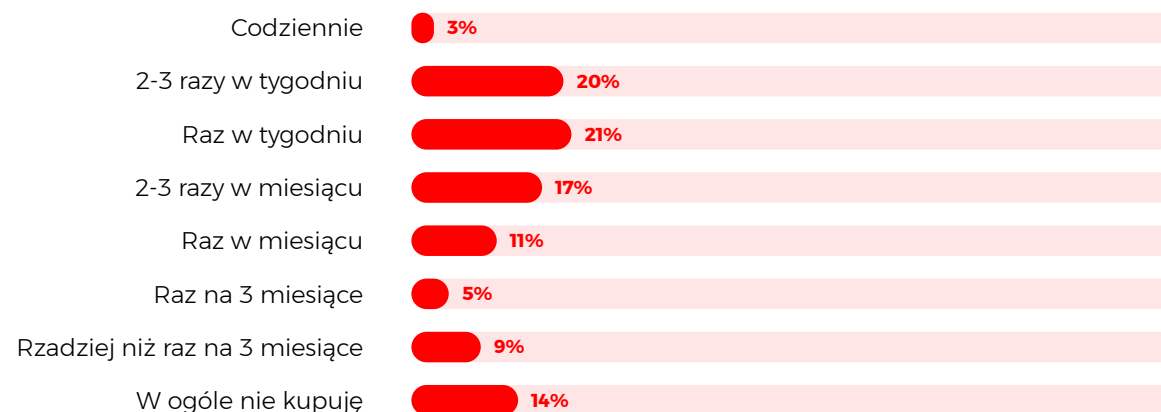
Wciąż największe znaczenie dla Polaków ma cena – aż 7 na 10 badanych wskazało, że jest jednym z najważniejszych czynników. Jest szczególnie ważna dla najmłodszych osób, w wieku 18-24 lata (78% młodych wskazało taką odpowiedź w porównaniu do 67% osób w wieku ponad 55 lat). Na drugim miejscu priorytetów jest smak, który wpływa na wybory 53% wszystkich zapytanych. Co istotne, niemal jedna trzecia konsumentów (32%) wybiera produkt pod kątem polskiego pochodzenia i znanej, lubianej marki. Dla 29% jednym z głównych kryteriów jest dostępność produktów. Na znaczenie takich wyborów dla zdrowia uwagę zwraca 28% zapytanych. Częściej kwestie zdrowotne podczas zakupów spożywczych rozważają osoby powyżej 55 roku życia, a rzadziej młodzi w wieku 25-34 lata (35% vs. 23%). Wśród wszystkich respondentów 14% patrzy na łatwość przygotowania jedzenia. Ekologiczność produktu jest jednym z głównych czynników wyboru dla co dziesiątego konsumenta.



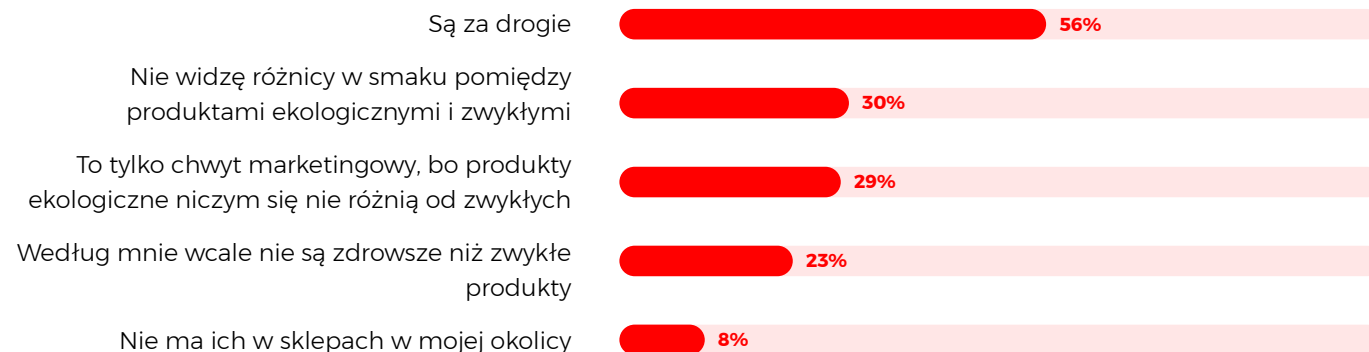
WYBORY SPOŻYWCZE POLAKÓW

Ekologiczne wybory spożywcze

Jak często kupujesz ekologiczne produkty żywnościowe?



Dlaczego nie kupujesz ekologicznych produktów żywnościowych?



86% Polaków kupuje żywność ekologiczną

Kupujemy żywność eko, choć barierą pozostaje cena

Aż 86% Polaków deklaruje, że kupuje ekologiczne produkty żywnościowe. 44% robi to przynajmniej raz w tygodniu, z czego 3% codziennie, równo jedna piąta 2-3 razy w tygodniu, a 21% raz w tygodniu. 28% z nas kupuje je rzadziej, ale przynajmniej raz na miesiąc. W ogóle ekologicznych produktów spożywczych nie kupuje 14% Polaków.

Najczęstszą przyczyną rezygnacji z zakupu ekologicznych produktów jest cena – wskazuje tak 56% respondentów. Takie odpowiedzi były zdecydowanie częstsze w grupie osób w wieku 25-34 lata, z których na kwestię zbyt wysokiej ceny wskazało aż trzy czwarte konsumentów. Z kolei najrzadziej koszty są barierą dla respondentów mających od 45 do 54 lat, wśród których 40% podało cenę jako powód rezygnacji z zakupu. Mniej więcej co trzeci Polak nie dostrzega różnicy między ekologicznymi produktami a zwykłymi. Częściej niż średnia na taką przyczynę wskazywali zamieszkujący małe miasta do 20 tys. mieszkańców (54%). Także co trzeci zapytany uważa, że żywność ekologiczna to tylko chwyt marketingowy. 23% jest zdania, że takie produkty nie są zdrowsze niż konwencjonalne. Co ciekawe, najrzadziej taki argument podawali mieszkańcy wsi (10%). Niska dostępność w okolicy to bariera dla tylko 8% zapytanych, co wskazuje na dużą dostępność produktów ekologicznych w polskich sklepach. I rzeczywiście w ciągu ostatnich kilku lat tego typu oferta w dyskontach działających w Polsce znacząco się zwiększyła. Tylko w Lidlu oferowanych jest aż 20 ekologicznych produktów Farmy Świętokrzyskiej.



WYBORY SPOŻYWCZE POLAKÓW

Opakowania

Które stwierdzenia na temat opakowań produktów spożywczych najbardziej do Ciebie pasują?



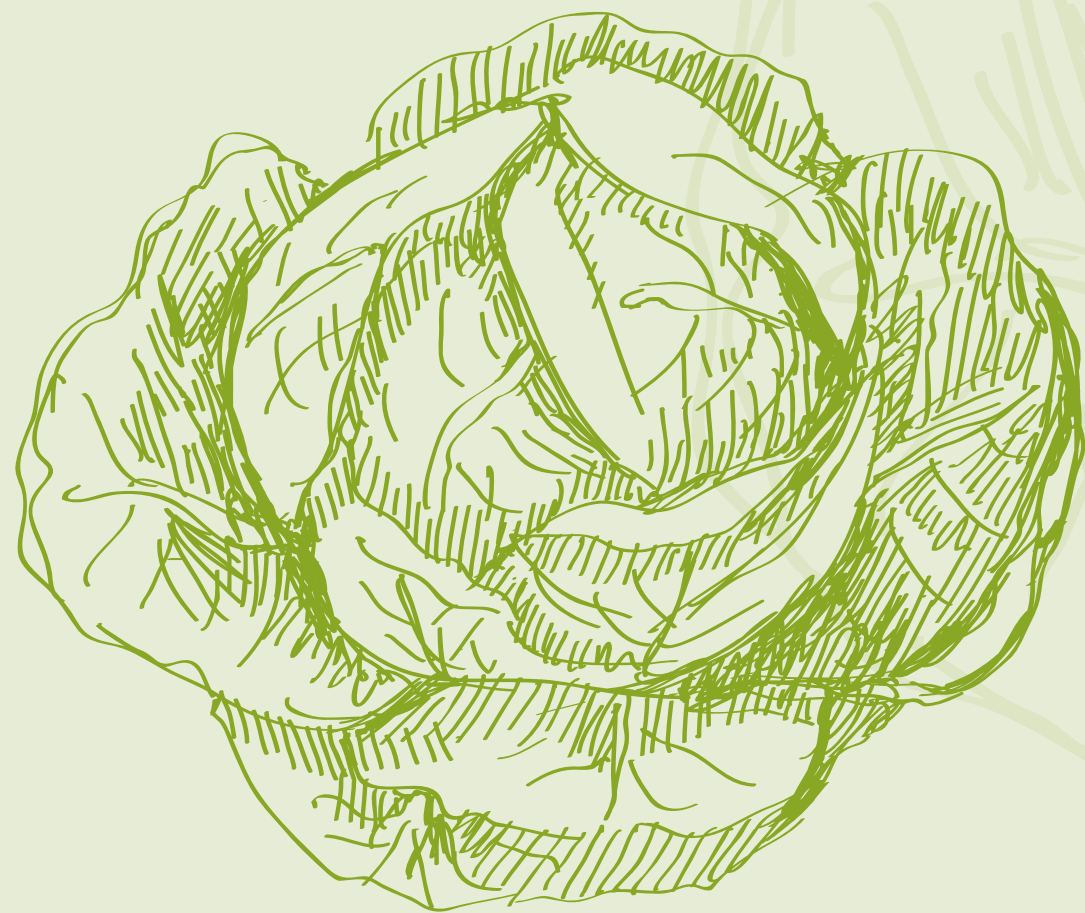
36% konsumentów wybiera produkty bez opakowań by ograniczyć ilość śmieci

Konsumenci stawiają na funkcjonalne opakowania, które nadają się do przetworzenia

Estetyka nie gra pierwszych skrzypiec w deklaracjach Polaków na temat wyboru opakowań produktów spożywczych. 4 na 10 osób wybiera je biorąc pod uwagę przede wszystkim funkcjonalność. Jest ona szczególnie ważna dla osób starszych niż 55 lat (46% wskazań). Podobny odsetek, bo 36%, stara się ograniczyć ilość śmieci wybierając jedzenie bez żadnego opakowania. Niemal jedna trzecia (31%) kupuje te, które można poddać recyklingowi. Co ciekawe, szczególną uwagę zwracają na to nie najmłodszy, a osoby w wieku powyżej 55 roku życia (39%). Z kolei na jak najmniejszą zawartość plastiku patrzy 29% respondentów – częściej są to kobiety niż mężczyźni (32% vs. 26%).

Jedna piąta konsumentów wybiera największe pojemności uważając, że to pomaga ograniczyć ilość śmieci. Podobny odsetek (19%) chodzi do sklepu z własnymi opakowaniami, takimi jak woreczki i pojemniki, w które pakuje np. owoce i kasze na wagę. W tej grupie także dominują osoby powyżej 55 roku życia (23% wskazań). Na estetykę opakowań produktów świadomie uwagę zwraca tylko 8% osób. Częściej przyznają to mężczyźni niż kobiety (11% vs. 6%) i osoby w wieku 18-24 lata oraz 25-34 lata (odpowiednio 11% i 13% wskazań).

W ślad za potrzebami konsumentów wychodzą też producenci opakowań, którzy np. w specjalny sposób znakują swoje produkty, żeby ograniczyć ich pakowanie w plastik. Przy wykorzystaniu odpowiedniego lasera, za pomocą naturalnego światła, można tworzyć na skórcie warzyw i owoców tzw. tatuaże z brandingiem i oznaczeniem BIO. Takie światło w niewielkim stopniu zmienia naturalny pigment warzywa, nie uszkadzając jego komórek. To metoda w pełni bezpieczna, zgodna z normami UE, a oznakowane produkty zachowują pełnię wartości odżywczych. Farma Świętokrzyska jako jedna z pierwszych już korzysta z tego rozwiązania.



EKOŻYWNÓŚĆ W OCZACH POLAKÓW



EKOŻYWNOSĆ W OCZACH POLAKÓW

Powody wyboru żywności bio

Z jakich powodów kupujesz ekologiczne produkty żywnościowe?



58% Polaków jest przekonanych, że produkty ekologiczne są zdrowsze

Kupujemy produkty bio, bo są zdrowe i nie mają szkodliwych składników

Polacy doceniają wiele zalet ekologicznych produktów spożywczych. Większość decyduje się na nie ze względu na to, że są po prostu zdrowsze – wskazało tak 58% respondentów. Najczęściej na taki powód wskazywały osoby w wieku 45-54 lata (66%), a rzadziej najmłodszy, w wieku 18-24 lata, wśród których tylko połowa decyduje się na zakup jedzenia bio ze względu na zdrowie.

Na drugim miejscu respondenci wskazali brak składników szkodliwych dla zdrowia (39%), co okazało się szczególnie ważne dla osób w wieku powyżej 55 roku życia (48%). Podium domyka lepsza jakość bio żywności, która jest pochodną m.in. nieużywania takich substancji jak pestycydy.

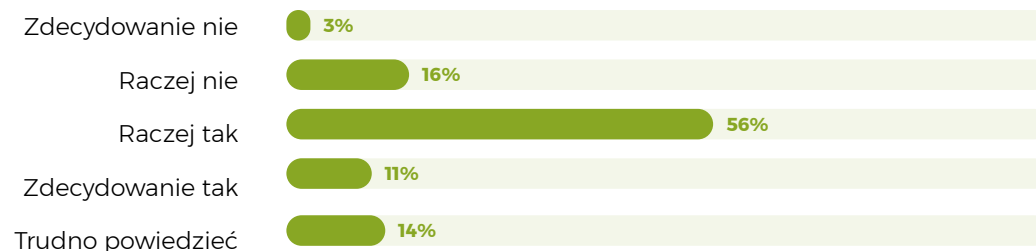
Znaczna część Polaków kupując bio żywność chce wspierać lokalne rolnictwo – przyznało tak 28% z nas. Taką zaletę doceniają szczególnie mieszkańcy małych miast, wśród których 38% kupuje produkty bio, by wspierać rodzimych rolników. Jednocześnie ta grupa rzadziej niż średnia uważa, że są one lepszej jakości (22%). Niewiele mniej osób, niż te, które chcą wspierać lokalne rolnictwo, kupuje żywność ekologiczną bo jest smaczniejsza – wskazuje tak 27% konsumentów. Lepsze walory odżywcze oraz ochrona środowiska naturalnego przy zakupie produktów bio liczą się dla jednej piątej zapytanych. Co ciekawe, na ochronę środowiska jako motywację wskazało 100% wszystkich kupujących ekologiczne produkty żywnościowe, którzy zakupy spożywcze robią rzadziej niż raz w miesiącu.



EKOŻYWNOSĆ W OCZACH POLAKÓW

Skłonność do płacenia więcej za eko produkty

Czy jesteś skłonny zapłacić więcej za dany produkt ekologiczny niż za podobny nieekologiczny?



Za jakie rodzaje produktów ekologicznych jesteś w stanie zapłacić więcej?



67% Polaków jest w stanie zapłacić więcej za produkt ekologiczny

Jeśli eko to głównie warzywa, owoce i jajka

Aż 67% osób, które kupują żywność ekologiczną jest gotowych zapłacić za nią więcej niż za żywność konwencjonalną. Częściej przyznają to kobiety niż mężczyźni (72% vs. 62%). Jedna piąta nie chce płacić wyższej kwoty za produkt bio. Z kolei 14% osób jest niezdecydowanych.

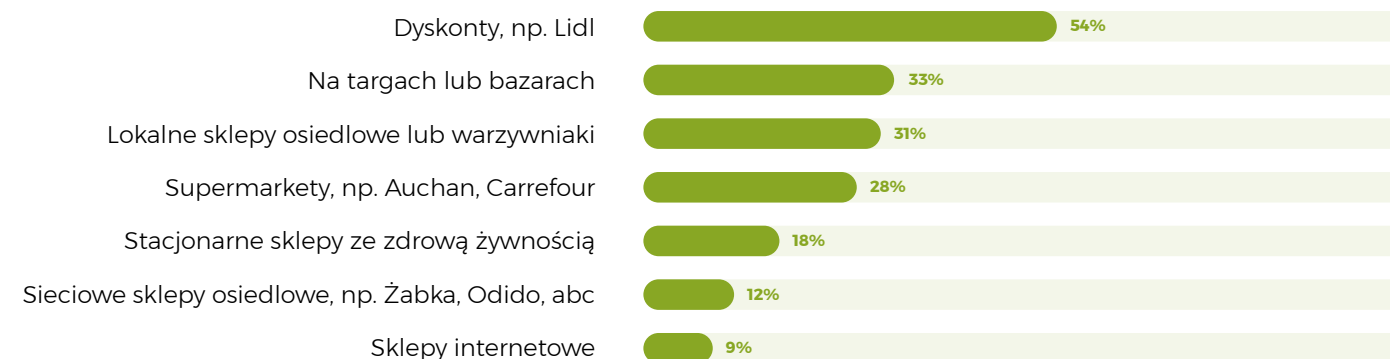
Wśród żywności ekologicznej, na którą badani są w stanie wydać więcej, dominują owoce i warzywa (69%) oraz jajka (54%). Przy czym wskazały na nie w większym stopniu kobiety niż mężczyźni. Połowa konsumentów jest gotowa więcej zapłacić za ekologiczne mięso (49%), a 45% za nabiał. Około jedna czwarta wyda więcej na mąki, kasze, ryże i inne produkty zbożowe oraz kiszonki, a jedna piąta na napoje i soki. Na bio produkty dla dzieci więcej pieniędzy jest w stanie przeznaczyć 18% z zapytanych. Z kolei na gotowe ekologiczne posiłki więcej wyda 14% konsumentów. Eksperti Farmy Świętokrzyskiej wskazują jednak, że segment gotowych produktów będzie się rozwijał. Konsumenci cały czas poszukują sposobów na szybkie i łatwe codzienne posiłki, ale jednocześnie coraz częściej chcą łączyć te zalety ze zdrowiem i ekologią. Rozwiązaniem są ekologiczne dania gotowe, pakowane przede wszystkim w szkło. Dzięki temu nie wymagają od klientów żadnych kompromisów. Sprzedaż takich produktów cały czas rośnie i z pewnością na rynku będzie pojawiać się coraz więcej kolejnych propozycji.



EKOŻYWNOSĆ W OCZACH POLAKÓW

Miejsca zakupów żywności bio

Gdzie zazwyczaj kupujesz ekologiczne produkty żywnościowe?



54% konsumentów żywność ekologiczną kupuje w dyskontach

Lidl i Biedronka rozkręcają rynek jedzenia ekologicznego

Wśród konsumentów, którzy kupują ekologiczne produkty spożywcze, ponad połowa zazwyczaj zaopatruje się w nie w dyskontach (54%). Na drugim miejscu są targi i bazy, na których jedzenie bio kupuje jedna trzecia respondentów. Częściej deklarują to kobiety niż mężczyźni (38% vs. 27%) i mieszkańcy małych miast do 20 tys. mieszkańców (42%).

Podium domyka kupowanie bio produktów spożywczych w lokalnych sklepach lub warzywniakach (31%). Wśród klientów takich obiektów dominują osoby powyżej 55 roku życia (35%). Lokalne sklepy i warzywniaki po jedzenie odwiedza też spory odsetek tych, którzy deklarują, że zakupy spożywcze robią codziennie (36%).

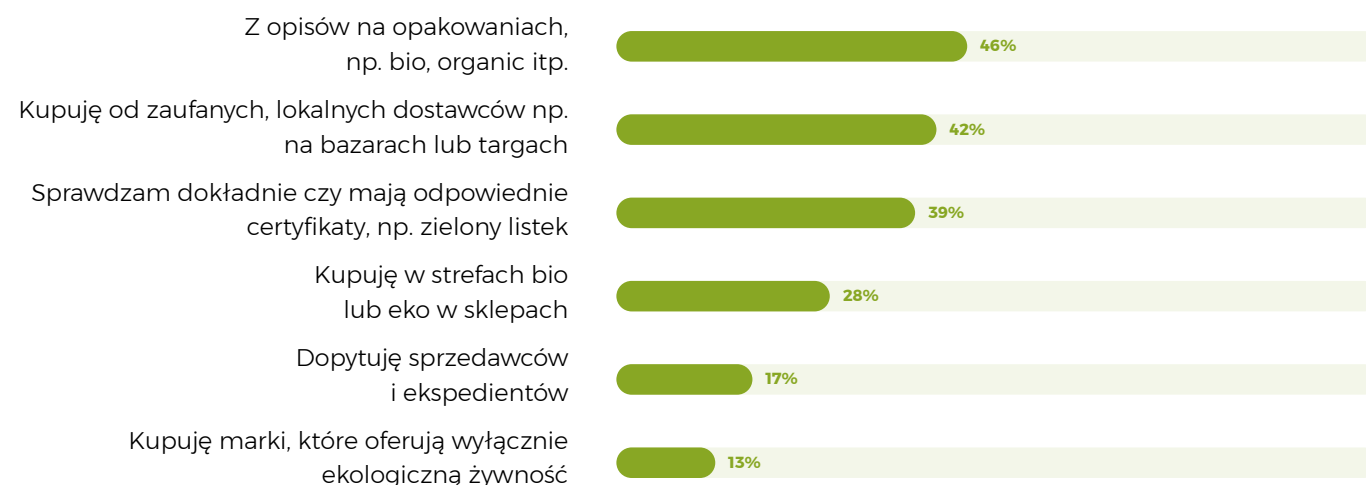
Do dużych supermarketów po żywność ekologiczną wybiera się 28% konsumentów, szczególnie najmłodszy, w wieku 18-24 lata (38%) oraz osoby mieszkające w największych miastach (37%). Specjalne sklepy ze zdrową żywnością wybiera 18%, a 12% osiedlowe sklepy sieciowe. By zamówić ekologiczne produkty spożywcze online przed monitor siada 9% konsumentów kupujących jedzenie bio. Takich internautów jest najwięcej wśród osób w wieku 34-44 lata (16%), a najmniej wśród najstarszych, powyżej 55 roku życia (6%). Pandemia spowodowała jednak trwałe zmiany w sposobie zamówień. Rozwija się segment e-commerce. Coraz więcej konsumentów przekonuje się do zakupów online, także żywności. Również łańcuchy dostaw są udoskonalane pod kątem rosnących potrzeb klientów, np. buduje się więcej magazynów z chłodniami, dostosowanych do przechowywania paczek z produktami spożywczymi. Dodatkowo, jak wskazują eksperci Farmy Świętokrzyskiej, osoby, które raz dokonały zakupów w sklepie online, chętnie do nich wracają. Grono takich klientów cały czas się powiększa.



EKOŻYWNOSĆ W OCZACH POLAKÓW

Zaufanie do certyfikatów

Skąd wiesz, że kupowane przez Ciebie produkty są ekologiczne?



39% konsumentów jedzenia bio sprawdza certyfikaty

Certyfikat mniej ważny niż zaufanie do sprzedawcy

Certyfikaty, którymi oznaczona jest żywność bio, są podstawą jej wiarygodności. Jednak tylko 39% klientów, którzy kupują żywność ekologiczną sprawdza dokładnie, czy dany produkt je posiada. Najbardziej świadomi w tej kwestii są najmłodsi respondenci w wieku 18-24 lata, wśród których niemal co drugi (48%) szuka go na opakowaniach, by potwierdzić, że produkt faktycznie jest ekologiczny. Niemal połowa (46%) sprawdza, czy na opakowaniach są napisy takie jak „bio” czy „organic”. Natomiast 28%, by mieć pewność jakości bio jedzenia robi zakupy w specjalnych strefach w sklepach. Na taką odpowiedź wskazali głównie mieszkańcy dużych miast (28%), co zrozumiałe, ponieważ w większych miejscowościach dostępność takich stref jest znacznie większa. Z kolei 13% wybiera marki, o których wie, że są ekologiczne. Częściej takie kryterium stosują mężczyźni niż kobiety (16% vs. 11%).

Na zaufaniu do lokalnych sprzedawców na targach i bazarach opiera się 42% konsumentów. Na takie rekomendacje częściej stawiają kobiety niż mężczyźni (48% vs. 34%) oraz osoby w wieku powyżej 55 lat, wśród których na ten czynnik wyboru wskazało 47%. Natomiast 17% zapytanych niezależnie od miejsca zakupu po prostu dopytuje ekspedientów, czy dany produkt jest ekologiczny.



RYNEK EKOŻYWNOŚCI W PIGUŁCE

Okiem eksperta

dr hab. Sylwia Żakowska-Biemans

z Wydziału Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji
Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego



Rynek żywności ekologicznej, pomimo perturbacji spowodowanych pandemią i pogorszenia sytuacji dochodowej konsumentów, należy do jednego z najbardziej dynamicznie rozwijających się segmentów rynku żywności w Europie. Udział żywności ekologicznej w ogólnej sprzedaży żywności w niektórych krajach Europy jak Dania, Francja, Belgia, Estonia przekroczył 10% i stale rośnie.

Według szacunków Katedry Badań Rynku Żywności i Konsumpcji SGGW, w Polsce wartość rynku żywności ekologicznej przekroczyła w 2019 roku 1,3 mld złotych (w cenach detalicznych) i systematycznie wzrasta.

Wyniki badań zrealizowanych na zlecenie „Farmy Świętokrzyskiej” potwierdzają, że polscy konsumenci sięgają po żywność ekologiczną, ponieważ są przekonani o jej pozytywnym wpływie na zdrowie, walorach smakowych i korzyściach środowiskowych wynikających z rolnictwa ekologicznego.

Troska o zdrowie własne i najbliższych, jak wynika z badań krajowych i międzynarodowych, jest najważniejszym motywem zakupu żywności ekologicznej. Coraz częściej w debatach publicznych podkreśla się wpływ znaczenie konsumpcji żywności ekologicznej w kontekście zdrowia publicznego. Obserwuje się również, że na znaczeniu zyskują atrybuty społeczno-etyczne związane z produkcją i dystrybucją żywności jak troska o dobrostan zwierząt gospodarskich czy też wspieranie lokalnej gospodarki.

Ekologiczne owoce i warzywa należą do najbardziej poszukiwanych i często kupowanych produktów. Polscy konsumenci są coraz bardziej świadomi ich znaczenia w diecie oraz ich właściwości prozdrowotnych wynikających nie tylko z zawartości składników mineralnych, witamin, ale również cennych związków o właściwościach przeciwutleniających. Tych ostatnich, jak wynika z wielu doniesień naukowych, jest w ekologicznych owocach i warzywach więcej aniżeli w pochodzących

z innych systemów produkcji. Jednocześnie, jak wynika z badań zrealizowanych na zlecenie „Farmy Świętokrzyskiej”, najwyższy jest udział konsumentów skłonnych zapłacić więcej za ekologiczne owoce i warzywa oraz jaja.

Współcześni konsumenci dążą do skrócenia czasu poświęcanego na dokonywanie zakupów żywności. Badanie zrealizowane z inicjatywy „Farmy Świętokrzyskiej” wskazuje, że żywność ekologiczna jest najczęściej kupowana w sklepach dyskontowych, co potwierdza tendencje obserwowane w innych krajach Europy. Analiza procesów rozwoju sprzedaży w krajach o wyższym poziomie rozwoju rynku żywności ekologicznej wskazuje, że rozwijać się będą zarówno sklepy wielkopowierzchniowe specjalizujące się wyłącznie w sprzedaży żywności ekologicznej, jak również zdynamizuje się rozwój różnych form sprzedaży skracających drogę pomiędzy producentami a konsumentami. Polacy, podobnie jak konsumenci w innych krajach świata, w wyniku pandemii COVID-19 docenili znaczenie wspierania lokalnej gospodarki, chętniej zaopatrywali się w małych lub lokalnych sklepach i korzystali z możliwości dostaw bezpośrednio od producentów. Sprzedaż w krótkich łańcuchach dostaw sprzyja również budowaniu zaufania do żywności ekologicznej. Wielu konsumentów deklaruje, że „kupi je od zaufanych lokalnych dostawców”, ponieważ daje im to gwarancję, że produkty są ekologiczne.

Pomimo, że konsumenci coraz częściej zapoznają się z informacjami zawartymi na etykietach żywności nie zawsze potrafią je poprawnie interpretować. Od wprowadzenia unijnego logo dla żywności ekologicznej, tzw. „zielonego liścia” minęła już ponad dekada. Jak wskazują wyniki badania EU Eurobarometer z 2020 roku, 70% polskich konsumentów rozpoznaje logo, ale nadal potrzebne są działania informujące nie tylko o sposobach znakowania żywności ekologicznej, ale przede wszystkim korzyściach wynikających z rolnictwa ekologicznego w wymiarze społecznym i środowiskowym.

ZAKUPY
ŻYWNOŚCI
PRZEZ INTERNET

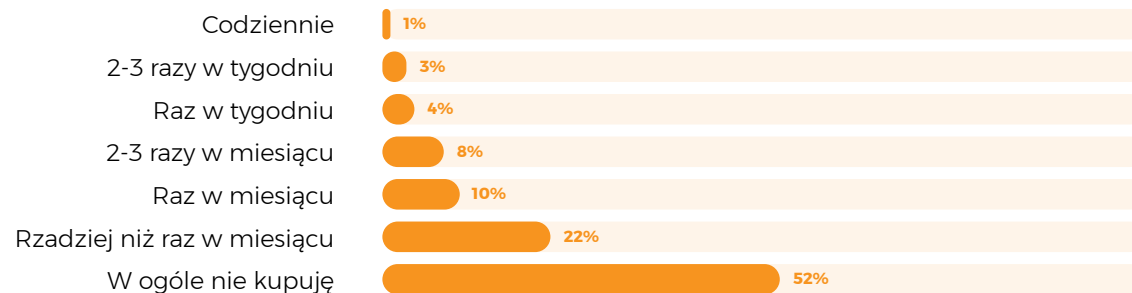




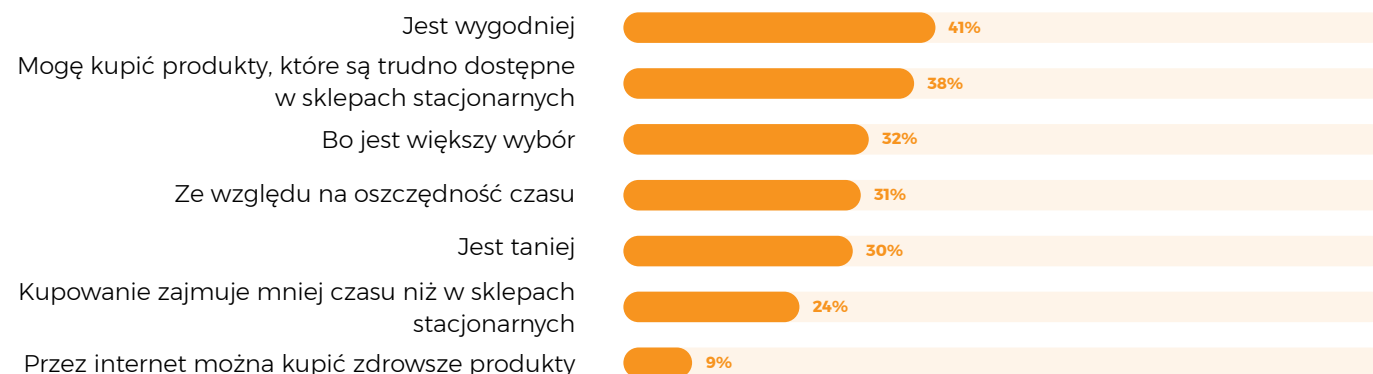
ZAKUPY ŻYWNOSCI PRZEZ INTERNET

Motywacje zakupów spożywczych

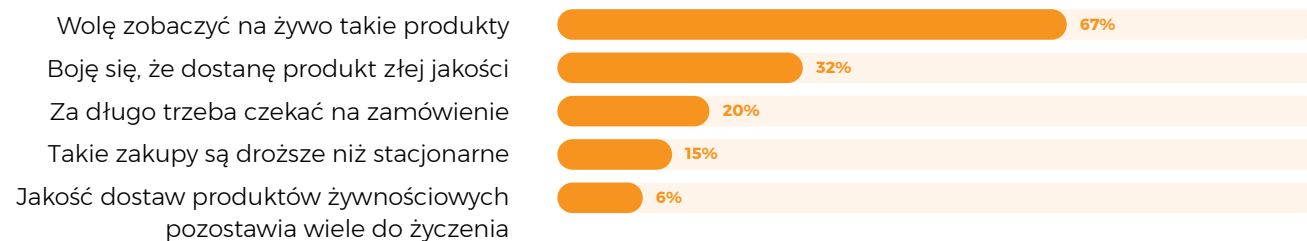
Jak często kupujesz żywność w sklepach internetowych?



Dlaczego kupujesz żywność w internecie?



Dlaczego nie kupujesz żywności w internecie?

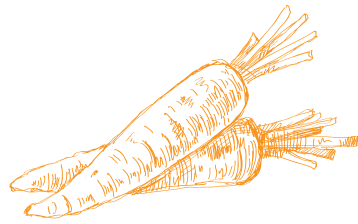


41% Polaków robi zakupy spożywcze przez internet, bo tak jest wygodniej

Co czwarty internauta przekonany do zakupów jedzenia online

26% internautów deklaruje, że przynajmniej raz w miesiącu kupuje żywność przez internet. 1 na 10 robi to przynajmniej raz w miesiącu, 8% 2-3 razy w miesiącu, a 4% raz w tygodniu. Jedna piąta osób, które kupują produkty spożywcze przez internet, zamawia je rzadziej niż raz w miesiącu. Najważniejszą motywacją są wygoda i dostęp do mniej popularnych produktów – na każdy z tych czynników wskazało 4 na 10 kupujących. Jedna trzecia docenia większy wybór, oszczędność czasu i niższe ceny.

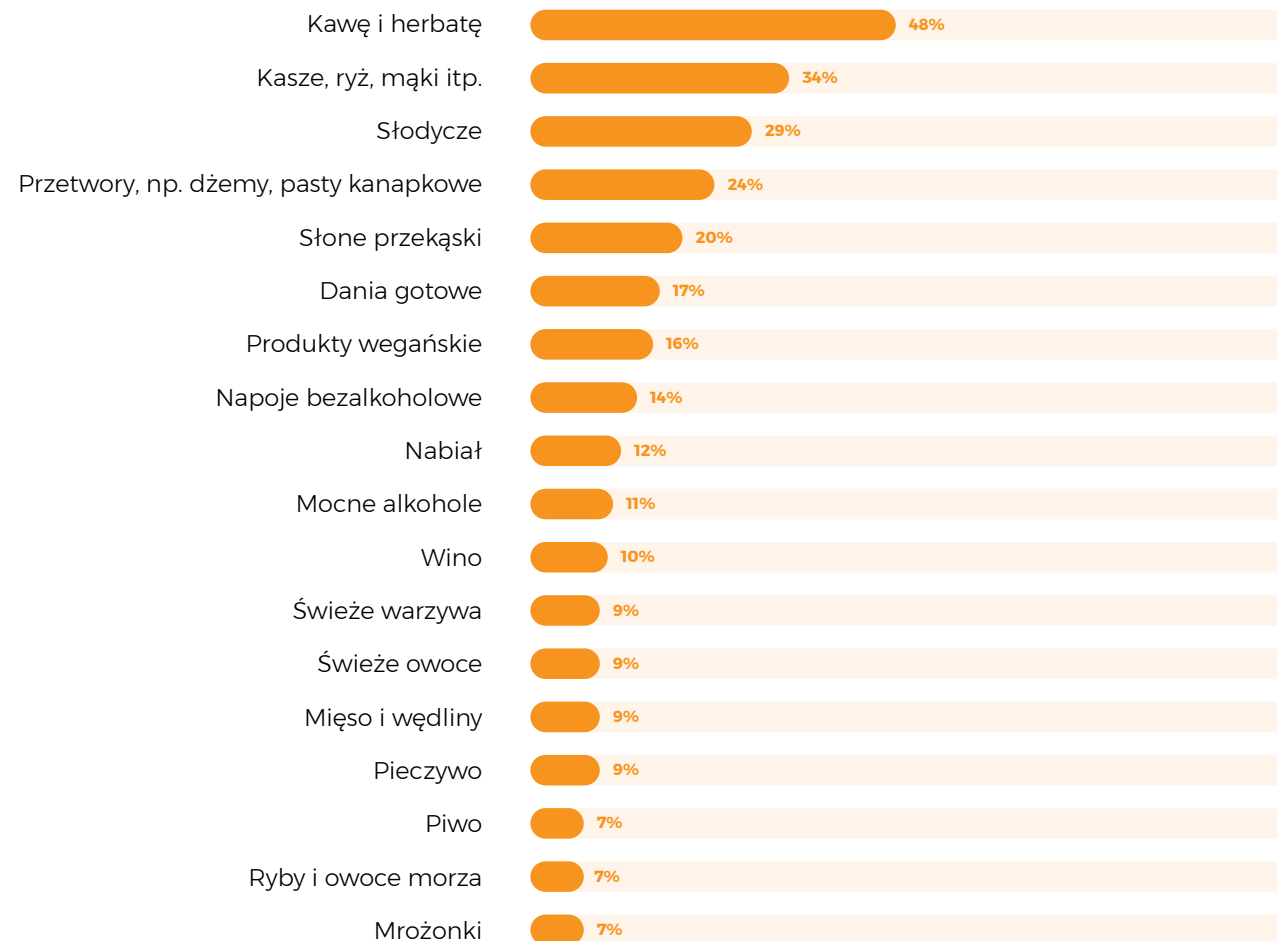
Ponad połowa internautów jeszcze w ogóle nie przekonała się do takiej formy zakupów żywności. Głównym powodem, na który wskazało 67% spośród niekupujących, jest chęć zobaczenia produktu na żywo. Jedna trzecia obawia się, że dostanie produkt złej jakości, a jedna piąta nie chce czekać aż paczka z produktami spożywczymi do nich dotrze. 15% uważa, że takie zakupy są droższe niż stacjonarne, a 6% ma wątpliwości co do ich jakości.



ZAKUPY ŻYWNOSCI PRZEZ INTERNET

Produkty najczęściej kupowane przez internet

Jakie produkty żywnościowe kupujesz w sklepach internetowych?



48% kupujących żywność w sieci zamawia kawę i herbatę

Owoce i warzywa online kupuje tylko 9% Polaków

Niemal połowa osób (48%), które kupują żywność przez internet, zamawia kawę i herbatę. Częściej niż średnia decydują się na to osoby w wieku powyżej 45 roku życia, wśród których na takie produkty wskazało 6 na 10 osób kupujących w sieci jedzenie. Na drugim miejscu są kasze, ryż i mąki – 34% badanych zamawia je przez internet. Wśród tych konsumentów więcej jest kobiet niż mężczyzn (42% vs. 26%) oraz mieszkańców największych miast (46%). Podium zamykają słodycze z wynikiem 29%.

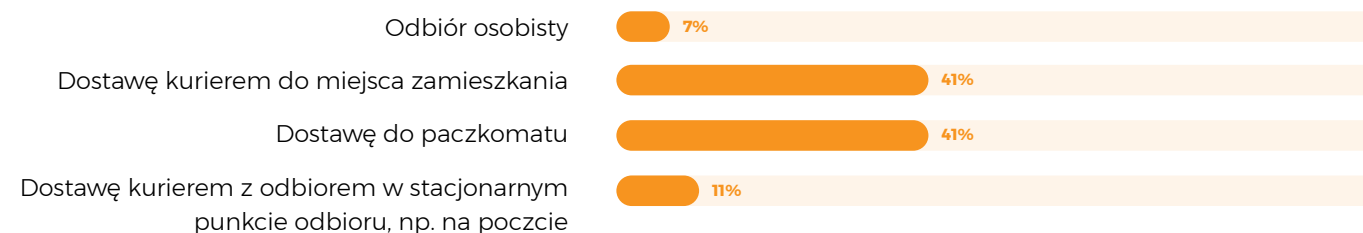
Jedna czwarta zapytanych kupuje dżemy i pasty kanapkowe. Jedna piąta w sieci nabywa słone przekąski. Wśród tych osób dominują najmłodszy w wieku 18-24 lata, wśród których do takich zakupów przyznała się niemal jedna trzecia. Dania gotowe zamawia 17%, a podobny odsetek produkty wegańskie. Alkohole, w tym te mocne oraz wino, online kupuje 1 na 10 respondentów. Świeże warzywa i owoce zamawia tylko 9%, tyle samo kupuje mięso i pieczywo. Wśród produktów spożywczych najrzadziej przez internet zamawiamy piwo, ryby i owoce morza oraz mrożonki – przyznaje się do tego 7% wśród osób, które kupują produkty spożywcze przez internet.



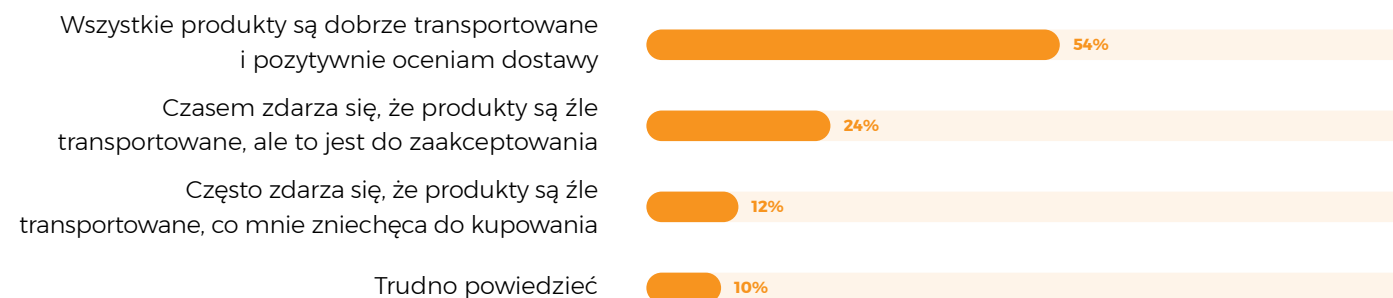
ZAKUPY ŻYWNOSCI PRZEZ INTERNET

Dostawy zakupów przez internet

Jakie dostawy żywności wybierasz najczęściej?



Czy zgadzasz się, że...?



54% dobrze ocenia jakość dostaw produktów spożywczych kupowanych online

Żywność bio przywozi nam kurier lub idziemy po nią do paczkomatu

4 na 10 osób, które zamawiają żywność przez internet wybiera dostawę kurierem, tyle samo decyduje się na paczkomat. Dostawę kurierem częściej wybierają mieszkańcy wsi (48%), którzy jednocześnie rzadziej odbierają taką paczkę w paczkomacie (34%). Co dziesiąta osoba woli odebrać jedzenie w stacjonarnym punkcie, np. na poczcie. Odbiór osobisty preferuje tylko 7% respondentów. Częściej niż średnia wybierają ją najmłodsi w wieku 18-24 lata (17%).

Większość, bo 54% konsumentów, dobrze ocenia jakość dostawy i uważa, że produkty są dobrze transportowane. Młodszy okazują się bardziej wymagający pod względem jakości dostaw produktów kupowanych w sieci. Rzadziej niż średnia na zadowolenie z dostaw wskazywały osoby w wieku 18-24 i 25-34 lata (po 42%), a częściej osoby w wieku 45-54 lata oraz starsze niż 55 lat (odpowiednio 68% i 69%). Jedna czwarta respondentów twierdzi, że uchybienia się zdarzają, ale są w stanie to zaakceptować. Taką odpowiedź wskazało 36% osób w wieku 18-24 lata oraz 34% osób w wieku 25-34 lata. Jedynie 12% zniechęca się do kupowania żywności przez internet ze względu na jakość dostaw, ale zdecydowanie częściej dotyczy to osób w wieku 35-44 lata, wśród których takich wskazań było 22%. To grupa, która najłatwiej zniechęca się do zamówień jedzenia przez internet z obawy na dostawę.



RYNEK EKOŻYWNOSCI W PIGUŁCE

Okiem eksperta

Zakupy przez internet od dłuższego czasu cieszą się rosnącą popularnością. Pandemia tylko to uwypukliła. Z danych Gemiusa z maja br. wynika, że w sieci kupuje już 73% internautów. Pandemiczne ograniczenia zmusiły do przebywania w domu i tym samym przyczyniły się do częstszych zakupów przez internet. Zwiększyła się też motywacja do nabywania w ten sposób artykułów żywnościowych. Badania rynku, przeprowadzone przez Farmę Świętokrzyską wykazały, że obecnie co czwarty Polak przynajmniej raz w miesiącu zamawia takie produkty online. Ten odsetek będzie rósł w kolejnych miesiącach i latach.

Klienci coraz bardziej stawiają na wygodę, którą zakupy z domu zapewniają. Poza tym w sieci mogą zdobyć produkty, które często trudno znaleźć stacjonarnie, tym bardziej blisko miejsca zamieszkania. To właśnie wygoda i możliwość zakupu trudnodostępnych produktów stanowią najważniejsze motywacje kupujących jedzenie w internecie – wskazało na nie 4 na 10 zapytanych. Ważną rolę odgrywa również oszczędność czasu, która ma coraz większe znaczenie we współczesnym, zabieganym świecie, a także możliwość zdobycia produktu po niższej cenie. Mimo tych zalet, wciąż ponad połowa wszystkich internautów jeszcze nie przekonała się do tej formy kupowania żywności. Głównym, podawanym przez nich powodem, jest potrzeba zobaczenia produktu na żywo przed zakupem. Wciąż wiele osób ma obawy, że produkt kupiony przez internet, zwłaszcza taki, który kupujemy po raz pierwszy, będzie niezadowolający. To główna bariera rozwoju zakupów online. Z tego właśnie powodu artykułami najczęściej kupowanymi w internecie są bezpieczne produkty, takie jak m.in. kawa i herbata, a na drugim miejscu mąki, ryże, kasze, czyli produkty suche, których ryzyko popsucia w trakcie transportu jest znikome. Dodatkowo są to towary, które są w szczelnych opakowaniach i nawet w stacjonarnym sklepie nie ocenimy zawartości. Inaczej sprawa wygląda w przypadku owoców i warzyw, które wybieramy rozmyślnie, ocenia-

Kinga Myśliwska

Dyrektor Generalny
w Farmie Świętokrzyskiej

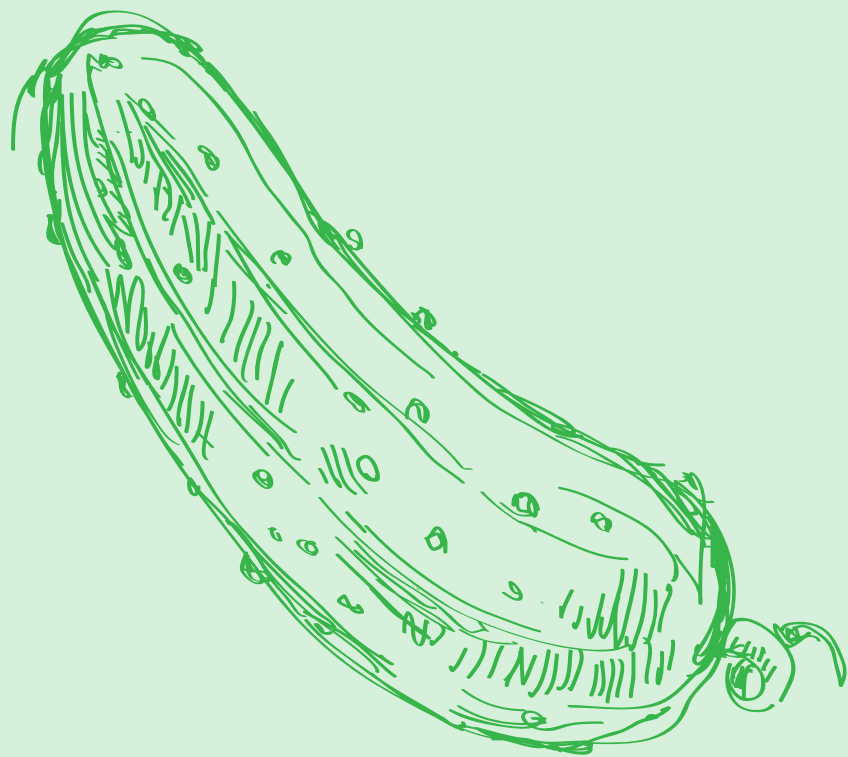


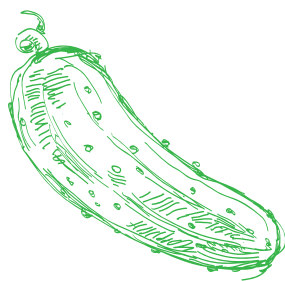
jąc na miejscu ich świeżość i jakość. Dlatego do ich zakupów online przyznaje się na razie tylko co dziesiąty internauta, który robi zakupy spożywcze w sieci. Myślę jednak, że wraz ze wzrostem zaufania do poszczególnych sklepów internetowych, wzrośnie też sprzedaż świeżych produktów. Klient, który raz zamówi truskawki, bób czy cytryny przez internet i będzie zadowolony, ponowi takie zamówienie. Obserwujemy to w naszym sklepie internetowym – ci, którzy dorzucili świeże jabłka czy gruszki do koszyka, zazwyczaj wracają po kolejne owoce lub warzywa.

Kluczową rolę przy zakupach jedzenia online odgrywa wybrana przez klienta forma wysyłki. Dostawę przez kuriera i dostawę do paczkomatu wybiera podobny odsetek klientów. To najpopularniejsze rozwiązania. Jednak uważam, że w miarę tego, jak klienci będą przekonywać się bardziej do zakupów świeżych produktów przez internet, takich jak warzywa i owoce, te proporcje będą zmieniać się na korzyść kuriera. Dostawa pod drzwi ogranicza ryzyko, że produkt ucierpi w transporcie, czy przegrzeje się lub zmrozi w paczkomacie. Na odbiór osobisty jako preferowaną formę w naszym badaniu wskazało tylko 7% zapytanych, ale widzimy, że w naszym sklepie ta opcja cieszy się dużym zainteresowaniem.

Do zakupów artykułów żywnościowych online zachęcać w przyszłości będzie przede wszystkim atrakcyjna cena. Kolejny czynnik to dostęp do szerszej oferty owoców i warzyw oraz możliwość porównania i pozyskania większej ilości informacji na temat danego produktu. Internet daje dużo większą możliwość przemyślnych zakupów. Wraz ze wzrostem świadomości klientów na temat produktów spożywczych i ich znaczenia dla zdrowia, rosnąć będzie także odsetek kupujących w sieci. Poza tym coraz więcej zakupów możemy dokonywać przez smartfona - możliwość szybkich płatności to również czynnik przemawiający za tym, że konsumenci na większą skalę przekonają się do zamawiania spożywki.

PANDEMIA A **NAWYKI** **ŻYWIENIOWE**





PANDEMIA A NAWYKI ŻYWIENIOWE

Codzienne zwyczaje

Jak pandemia wpłynęła na twoje nawyki w kupowaniu żywności?



Z jakich powodów częściej gotujesz w domu?

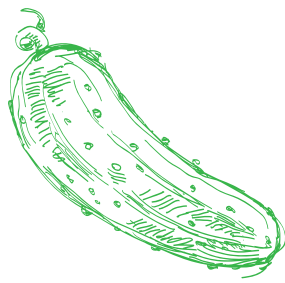


33% Polaków w pandemii zaczęło robić większe jednorazowe zakupy

W pandemii częściej gotujemy ze względu na oszczędność pieniędzy i zdrowie

Pandemia zmieniła nawyki związane z zakupami żywności. Jedna trzecia z nas zaczęła kupować więcej produktów w czasie jednego wyjścia na zakupy spożywcze. Dzięki temu Polacy minimalizowali ryzyko zakażenia COVID-19. Częściej wskazują na to kobiety niż mężczyźni (37% vs. 28%). Z kolei jedna czwarta wszystkich zapytanych przyznaje, że rzadziej chodzi teraz do sklepów stacjonarnych, a 1 na 10 osób częściej zamawia posiłki z dostawą do domu. 15% deklaruje, że w czasie pandemii zaczęło robić zakupy jedzeniowe w sklepach internetowych lub częściej kupuje w ten sposób.

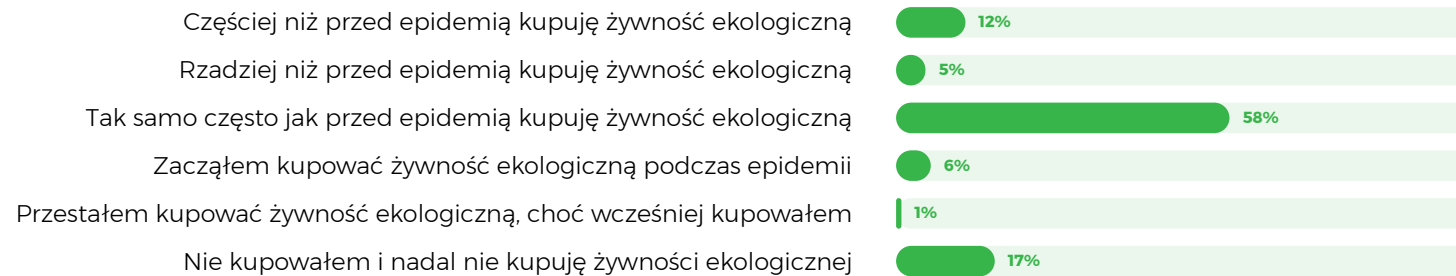
Niemal 3 na 10 osób w czasie pandemii zaczęło częściej gotować w domu. Ta tendencja jest widoczna niezależnie od płci, wieku i miejsca zamieszkania. Głównymi powodami, jakie wymienia po 53% osób, które częściej teraz gotują, są oszczędność pieniędzy i większa troska o zdrowie. Na kwestie zdrowotne najsilniej stawiały osoby w wieku powyżej 55 roku życia, wśród których wskazało na to aż 61% osób. Niemal połowa, bo 48% wszystkich, którzy zaczęli częściej gotować w domu w pandemii twierdzi, że ma po prostu więcej czasu, który może poświęcić na gotowanie.



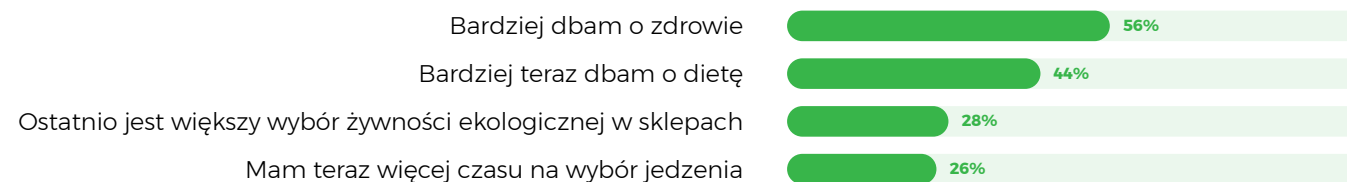
PANDEMIA A NAWYKI ŻYWIENIOWE

Zakupy eko produktów w pandemii

Które stwierdzenie pasuje do ciebie najbardziej?



Dlaczego częściej kupujesz żywność ekologiczną?



Jakie produkty ekologiczne kupujesz częściej niż przed pandemią?



56% Polaków zaczęło kupować produkty ekologiczne w pandemii ze względu na zdrowie

Polacy bardziej przekonani do jedzenia bio w pandemii

18% Polaków przyznaje, że w pandemii częściej kupuje żywność ekologiczną lub w ogóle zaczęła ją kupować w tym czasie. Ich wybór pada przede wszystkim na owoce i warzywa, jajka, kasze i mąki, nabiał. Znaczna grupa osób – 28% zaczęła częściej kupować kiszonki, które mają wpływ na zdrowie naszych jelit i tym samym odporność. Ponad połowa konsumentów, bo 58% nie zmieniła częstotliwości takich zakupów. Jedynie 5% kupuje ją rzadziej, a 1% osób przestało robić takie zakupy.

Głównym czynnikiem częstszych zakupów jedzenia bio w pandemii jest troska o zdrowie, na którą wskazało 56% zapytanych. 28% wskazało na większy wybór żywności ekologicznej w sklepach, a 26% ma teraz więcej czasu na wybór jedzenia. Większą sprzedaż produktów wpływających na naszą odporność widać też w sklepie Farmy Świętokrzyskiej. W pandemii sprzedaż niepasteuryzowanych kiszonek w sklepie biozfarmy.pl wzrosła aż o 80%.



RYNEK EKOŻYWNOŚCI W PIGUŁCE

Okiem eksperta

Aleksandra Robaszkiewicz

Head of Corporate Communications and CSR
Lidl Polska



W czasie pandemii bardzo ważne dla klientów stało się bezpieczeństwo żywności. Coraz częściej sprawdzają skład i pochodzenie produktów, które kupują. Z każdym rokiem są też coraz bardziej świadomi i w trosce o środowisko, a także o swoje zdrowie, chętnie sięgają po produkty, które wpisują się w trend eko. Dużym zainteresowaniem cieszą się też artykuły, które trafiają na półki sklepowe od lokalnych dostawców z Polski, m.in. od Farmy Świętokrzyskiej. Dlatego w Lidlu stawiamy na takie produkty. Dowodem na to jest fakt, że ponad 70% obrotu naszej sieci to sprzedaż artykułów spożywczych od polskich producentów.

Jako Lidl Polska śledzimy trendy obecne na rynku i cały czas powiększamy ofertę o kolejne produkty BIO, które są dostępne w niemal każdej grupie towarowej. W naszym asortymencie znajdują się m.in. BIO pieczywo, BIO oliwy, BIO makarony, BIO owoce i warzywa, BIO jogurty, BIO śmietany, BIO dżemy, BIO jaja i wiele innych.

Do najbardziej popularnych wśród klientów należą produkty z kategorii BIO artykuły suche, BIO nabiał oraz BIO pieczywo. Warto zwrócić uwagę na różnorodną grupę towarową – BIO owoce i warzywa, które zapewniamy przez cały rok zgodnie z kalendarzem sezonowym, a BIO odpowiedniki można znaleźć dla szerokiego grona tradycyjnych owoców i warzyw. W tym miejscu

warto wspomnieć, że w 2019 r. jako pierwsza sieć handlowa we współpracy z Farmą Świętokrzyską wprowadziliśmy znakowanie BIO warzyw i owoców naturalnym światłem, bezpośrednio na skórce. Dzięki temu „odpakowaliśmy” je z plastikowych opakowań i w ten sposób ograniczyliśmy zużycie plastiku.

W ostatnich latach, oprócz coraz większego zainteresowania dietą wegetariańską i wegańską, obserwujemy również ograniczanie spożycia mięsa. Nawet jeśli klienci nie rezygnują z produktów odzwierzęcych, często eksperymentują i szukają roślinnych alternatyw. Dotyczy to zarówno gotowych produktów dostępnych w strefie wege, jak i warzyw oraz owoców z Ryneczku Lidla, z których mogą stworzyć coś samodzielnie.



A detailed orange line drawing of a pumpkin with a stem, located in the bottom left corner. The background features a large, faint sketch of a pumpkin.

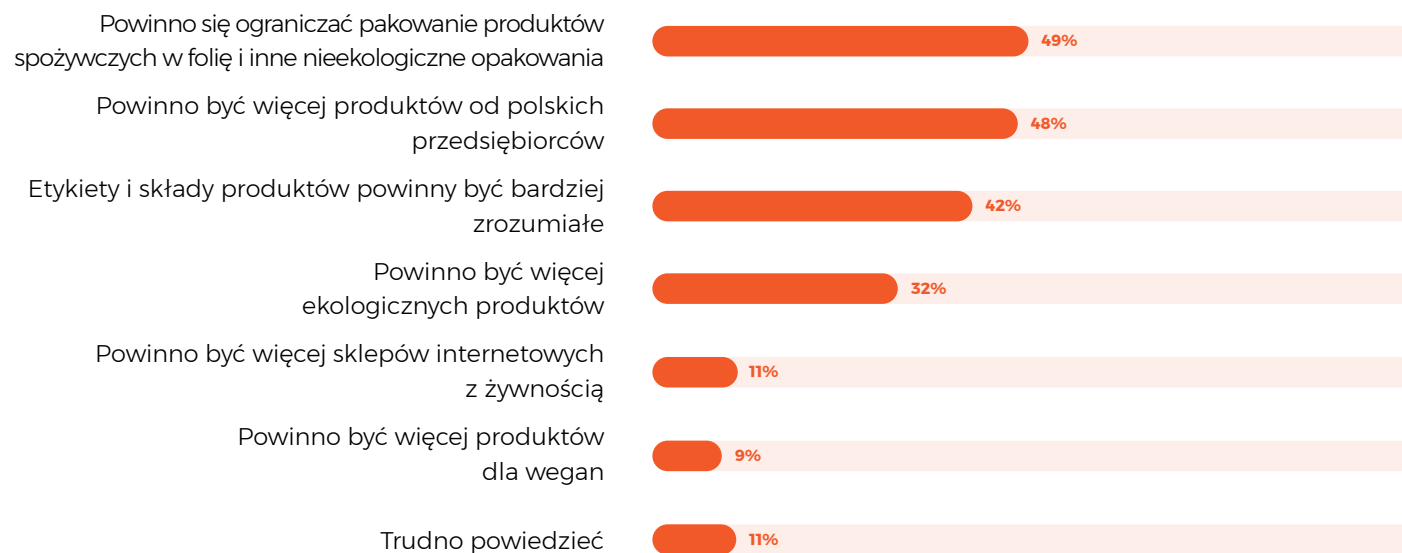
PRZYSZŁOŚĆ RYNKU ŻYWNOŚCI EKOLOGICZNEJ



PRZYSZŁOŚĆ RYNKU ŻYWNOŚCI EKOLOGICZNEJ

Zmiany na rynku żywności

Co według Ciebie powinno się zmienić na rynku żywności w Polsce?



49% Polaków liczy na bardziej ekologiczne opakowania

Mniej folii, bardziej zrozumiałe etykiety i więcej lokalnej bio żywności

Zapytani o zmiany, których oczekiwaliby na rynku żywności w Polsce, niemal jedna trzecia wśród respondentów wskazała, że powinno być więcej produktów ekologicznych. Połowa chce ograniczenia nieekologicznych opakowań, takich jak folia oraz większego asortymentu żywności od polskich przedsiębiorców. Rezygnacji z nieekologicznych opakowań oczekują przede wszystkim mieszkańcy dużych miast, wśród których na tę kwestię wskazało 59%. Z kolei wprowadzenie większej ilości lokalnych produktów okazało się szczególnie ważne dla osób w wieku 45-54 lata (54% wskazań).

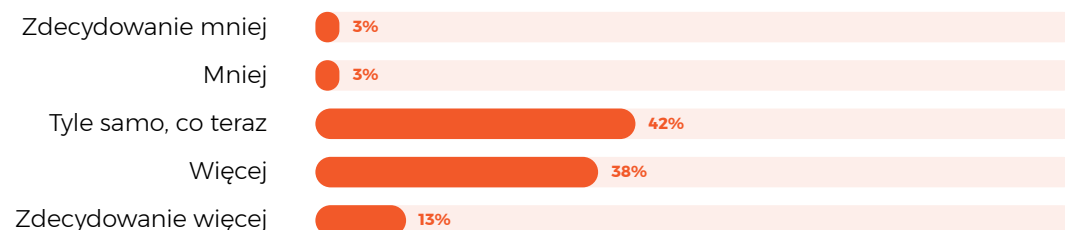
42% wszystkich badanych uważa, że etykiety i składy produktów powinny być bardziej przejrzyste. Uważają tak częściej kobiety niż mężczyźni (46% vs. 37%). Co dziesiąta osoba chciałaby, żeby pojawiło się więcej sklepów internetowych z produktami spożywczymi. Podobna liczba osób czeka na więcej produktów dla wegan. Oczekują ich szczególnie najmłodsi, w wieku 18-24 lata, z których 16% wskazało na tę zmianę. Weganizm, szczególnie popularny wśród młodych osób, to jeden z ważniejszych trendów, jaki będzie się rozwijał w najbliższym czasie. Na rynku pojawia się mnóstwo nowych wegańskich produktów i to nawet u producentów tradycyjnych wędlin czy przetworów, którzy wiedzą, że dostosowując tak swoją ofertę mogą zyskać wielu nowych klientów. Młodzi ludzie, zaznajomieni z weganizmem, nawet jeśli nie zrezygnują całkowicie z produktów zwierzęcych, to w przyszłości znaczna część ich diety będzie opierać się na roślinnych przetworach.



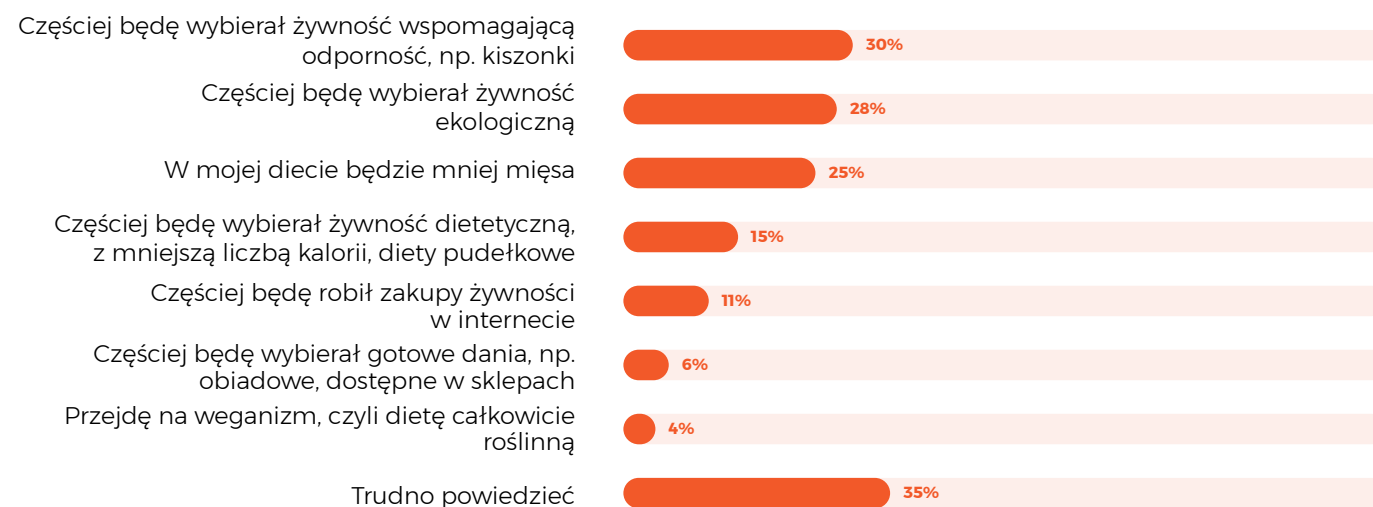
PRZYSZŁOŚĆ RYNKU ŻYWNOŚCI EKOLOGICZNEJ

Decyzje zakupowe w przyszłości

Czy według Ciebie w przyszłości ludzie będą kupować więcej czy mniej ekologicznych produktów żywnościowych?



Co może się zmienić w Twoich zwyczajach zakupowych w ciągu najbliższego roku?



30% Polaków zamierza kupować więcej jedzenia wspomagającego odporność, np. kiszonki

Żywność bio, kiszonki i mniej mięsa to przyszłość

51% z nas prognozuje, że w przyszłości popyt na żywność ekologiczną będzie większy. Z kolei 4 na 10 twierdzi, że w tej kwestii nic się nie zmieni. Co ciekawe, największą wiarę w rozwój tego rynku mają osoby w wieku powyżej 55 roku życia. Mniejsze zainteresowanie jedzeniem bio prognozuje tylko 6% wszystkich respondentów.

Niemal co trzeci Polak chce w najbliższym roku częściej kupować jedzenie wspierające odporność organizmu, np. kiszonki. W tej grupie wyróżniają się kobiety (33% wskazań) i osoby powyżej 55 roku życia (38% wskazań). Z kolei 28% planuje zwiększyć częstotliwość zakupów żywności ekologicznej. Tu także większy udział miały kobiety i osoby starsze. Jedna czwarta chce ograniczyć mięso, a 15% zamierza liczyć kalorie i decydować się na produkty dietetyczne. Częściej na ograniczenie kalorii zdecydują się respondenci w wieku 25-34 lata (22%), a rzadziej osoby mające od 45 do 54 lat (10%). Średnio co dziesiąta osoba będzie częściej robić zakupy w internecie.



RYNEK EKOŻYWNOŚCI W PIGUŁCE

Okiem eksperta

Postęp, który dokonał się w rolnictwie w ostatnich dziesięcioleciach umożliwił szybsze pozyskiwanie żywności na masową skalę. Obecnie widzimy jednak, że ma to swoje konsekwencje, zarówno dla klimatu, jak i zdrowia człowieka. W efekcie rośnie zainteresowanie powrotem do metod uprawy bliższych naturze, z ograniczeniem pestycydów, a naciskiem na ochronę środowiska, gleby i plonów. Patrząc na to, co dzieje się z klimatem, przyszłość rolnictwa po prostu nie może być inna. Działania w tym kierunku podejmowane są już na poziomie międzynarodowym. Zgodnie z założeniami Komisji Europejskiej, do 2030 roku 25% gruntów rolnych na obszarze Wspólnoty ma być przeznaczonych pod rolnictwo ekologiczne. Ale najważniejszym elementem, bez którego wszelkie zmiany mogą okazać się niemożliwe, jest wzrost świadomości i zaangażowania konsumentów.

Z przeprowadzonego przez nas badania wynika, że Polacy są świadomi, jak ważne jest ekologiczne podejście w produkcji żywności. Niemal jedna trzecia z nas przyznaje, że na rynku powinno być więcej ekologicznych produktów spożywczych, a połowa uważa, że w przyszłości zapotrzebowanie na nie będzie się zwiększać. Jako jeden z największych producentów żywności ekologicznej w kraju widzimy, że jej dostępność rośnie. Współpracujemy z wieloma sieciami handlowymi i obserwujemy, że zgodnie z oczekiwaniami klientów zwiększają portfolio tego typu produktów.

Karol Gębka

Dyrektor handlowy
Farmy Świętokrzyskiej



A większa dostępność to jeden z najważniejszych aspektów rozwoju tego rynku i w konsekwencji rolnictwa ekologicznego. Co ważne, widzimy, że rośnie również znaczenie pochodzenia żywności. Prawie połowa zapytanych przez nas respondentów twierdzi, że na rynku powinno być więcej jedzenia pochodzącego od producentów z Polski. Decyzje konsumentów są podyktowane zarówno troską o klimat, jak i o własne zdrowie. Już 30% zamierza w przyszłości częściej kupować żywność wspierającą odporność, taką jak kiszonki, a jedna czwarta chce ograniczyć mięso w diecie.

Ważnym aspektem przyszłości rynku żywności ekologicznej jest również rynek opakowań. Z naszego badania wynika, że połowa Polaków chce ograniczenia pakowania produktów spożywczych w folię i inne nieekologiczne opakowania. Spora grupa – 36% z nas wybiera produkty bez opakowania, by ograniczyć ilość śmieci, a 31% szuka takich, które nadają się do recyklingu. Zrealizowane przez nas badanie dowodzi, że świadomość ekologiczna klientów jest już szeroka. Czas, by rynek w pełni odpowiedział na ich oczekiwania.



Metodologia badania

Dane prezentowane w raporcie „Trendy w ekozakupach Polaków” zostały przygotowane i opracowane na zlecenie Farmy Świętokrzyskiej przez Ogólnopolski Panel Badawczy Ariadna.

Reprezentatywna próba badana wyniosła N=1077. Dobrano ją z ogólnopolskiej próby Polaków w wieku od 18-tu lat wzwyż. Próba wyjściowa odpowiadała strukturze populacji m.in. pod względem płci, wieku i wielkości miejscowości zamieszkania w kwotach łącznych.

Termin realizacji badania: 26-30 kwietnia 2021 roku.

Trendy w ekozakupach Polaków 2020

© 2021 Farma Świętokrzyska Wszystkie prawa zastrzeżone.

Cytowanie danych za: „Trendy w ekozakupach Polaków. Raport Farmy Świętokrzyskiej”

Redakcja:

Opracowanie merytoryczne: Luiza Rośton, ZOOM bsc

Korekta: Monika Banyś, ZOOM bsc

Klaudia Łoś, ZOOM bsc

Opracowanie graficzne: Piotr Grzeszczyk, pogstudio.pl

