



# Rozpoznawalność marki „Poznaj Dobrą Żywność”

Raport TNS OBOP



# Spis treści

- |                                  |       |
|----------------------------------|-------|
| 1. Metodologia badania           | p. 3  |
| 2. Wyniki badania                | p. 5  |
| 3. Podsumowanie – główne wnioski | p. 6  |
| 4. Decyzje zakupowe Polaków      | p. 8  |
| 5. Jakość produktów              | p. 17 |
| 6. "Poznaj Dobrą Żywność"        | p. 34 |



Rozpoznawalność marki  
„Poznaj Dobrą Żywność”

Raport TNS OBOP

**TNS OBOP**

Marzena Ciesielska

Marzena.ciesielska@tnsglobap.pl

| © TNS



# Metodologia badania

Rozpoznawalność marki "Poznaj Dobrą Żywność"



# Metodologia badania

- Badanie Omnimas, w ramach którego respondentom zadano pytania dotyczące rozpoznawalności znaku „Poznaj dobrą żywność” zrealizowane zostało:
- techniką wywiadów bezpośrednich wspomaganym komputerowo (CAPI);
  - w dniach 1-4 grudnia 2011 roku;
  - na losowej, ogólnopolskiej, reprezentatywnej próbie mieszkańców Polski w wieku 15 i więcej lat;
  - liczącej 1004 osoby.



# Wyniki badania

Rozpoznawalność marki "Poznaj Dobrą Żywność"



# Podsumowanie

- Ponad połowa badanych (56%) twierdzi, że robiąc zakupy nie bierze pod uwagę informacji zaczerpniętych z reklam. Kobiety w porównaniu do mężczyzn częściej sugerują się informacjami uzyskanymi z reklam w czasie codziennych zakupów.
- Cechami, które w największym stopniu decydują o skuteczności reklam według ankietowanych są przede wszystkim informacje o produkcie (34%), humor (32%), a także marka producenta (25%).
- W opinii badanych najpopularniejszą formą promocji produktów rolno - spożywczych jest reklama telewizyjna (49%). Na drugim miejscu znajdują się degustacje w sklepach (20%).
- Czynnikiem decydującym o zakupie produktów rolno - spożywczych są przede wszystkim cena (60%), ale również świeżość (39%) i smak (23%). Mniej osób, jako główne powody zakupu produktów rolno – spożywczych wskazuje markę (18%) oraz wygląd (11%).
- Zdecydowana większość Polaków dokonując zakupów produktów rolno - spożywczych zwraca uwagę na ich jakość (94%), Tylko dla 4% badanych nie ma to znaczenia.
- Cechy, które według ankietowanych w największym stopniu wpływają na jakość produktów rolno – spożywczych to przede wszystkim świeżość (56%) i dobry smak (53%).
- Wśród czynników, które najczęściej wskazywane są jako te, które mają największy wpływ na utrzymanie jakości produktów rolno – spożywczych znajdują się surowce użyte do produkcji (55%), sposób wytwarzania produktu (41%), a także przechowywanie surowców pierwotnych oraz warunki przechowywania gotowego produktu (po 20%).
- Dla większości Polaków znaki jakości produktów rolno - spożywczych mają duże znaczenie (52%). 39% badanych jest odmiennego zdania. Nie ma zadania na ten temat 9% ankietowanych.



# Podsumowanie (2)

- Co piąty badany nie ma żadnych informacji na temat znaków jakości (20%). Wśród pozostałych informacje na temat znaków potwierdzających jakość umieszczonych na produktach rolno spożywczych najczęściej badani czerpią z opakowań produktów (47%)
- Najbardziej rozpoznawalnym znakiem jakości wśród badanych jest znak Teraz Polska (79%), drugim w kolejności znakiem jest Poznaj Dobra Żywność (23%), następnie Rolnictwo Ekologiczne (19%) oraz Gwarantowana Tradycyjna Specjalność (6%).
- Największą znajomość, zaufanie, a także największa dostępność towarów mają produkty ze znakiem Teraz Polska. Drugim z kolei znakiem cieszącym się największym zaufaniem oraz dostępnością produktów, a także znajomością jest znak Poznaj Dobra Żywność.
- Spośród osób, które identyfikują znak Poznaj Dobrą Żywność 68% kupuje produkty z tym znakiem. Co trzeci badany (32%) nie kupuje produktów z tym znakiem.
- Osoby które deklarują, że nie kupują produktów ze znakiem Poznaj Dobrą Żywność, najczęściej wskazują na małą dostępność w sklepach (41%), a także wysoką cenę (31%).
- Spośród tych badanych, którzy rozpoznają znak PDŻ połowa często robiąc zakupy kupuje artykuły rolno – spożywcze ze znakiem Poznaj Dobrą Żywność. 44% ankietowanych rzadko kupuje takie produkty.
- Zdecydowana większość badanych (88%) nigdy nie spotkała się z akcjami Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi promującymi znaki jakości.
- Dziewięciu na dziesięciu (88%) jest zdania, że powinno się promować znak Poznaj Dobrą Żywność za granicą.

# Rekomendacje

- Wyniki badania pokazują, że należy:
  - Promować informacje dotyczące znaku Poznaj Dobrą Żywność
  - Rozwijać działania informacyjne i edukacyjne tak, aby rezultatem tych działań była zmiana zachowań społecznych - w tym wypadku kupowanie zdrowej żywności odpowiednio oznaczonej.
- Aby dobrze ocenić efekty prowadzonej kampanii społecznej należy prowadzić stały monitoring wiedzy, a także zachowań zakupowych dotyczących ekologicznej żywności.
- Rekomendujemy przeprowadzanie kwartalnych pomiarów, bo tylko analiza porównawcza wyników może dać obraz zmiany lub jej braku.



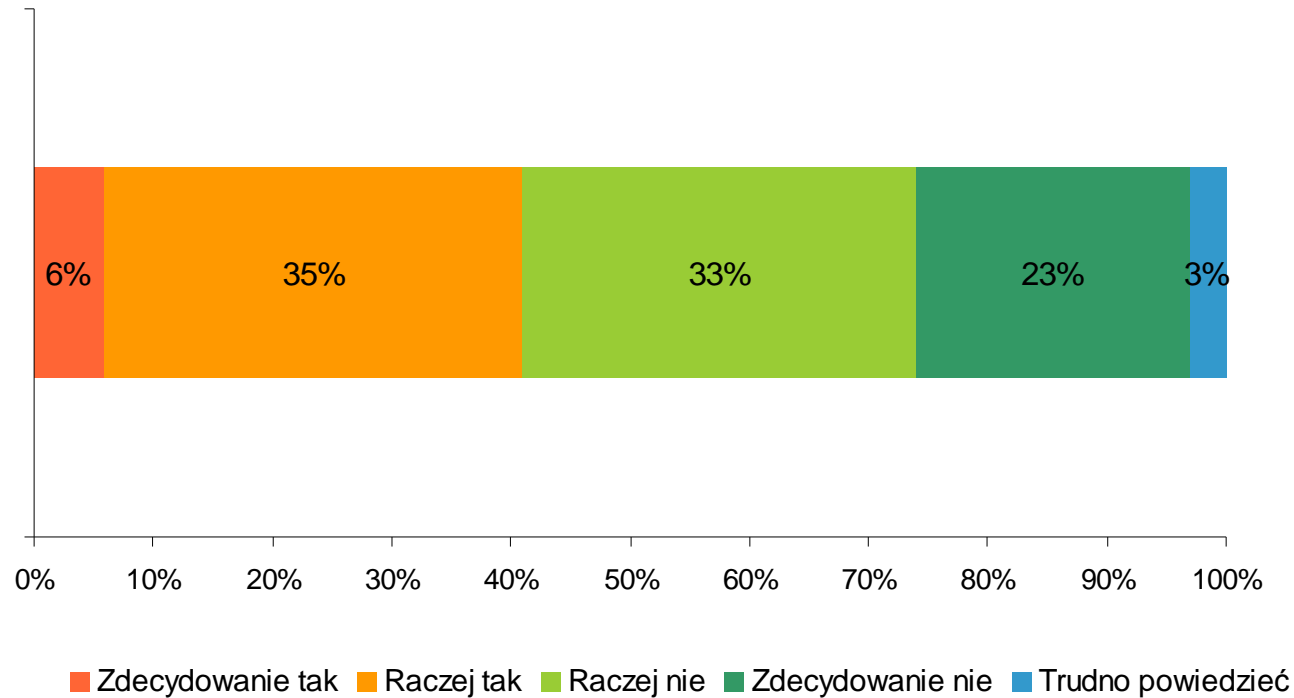


# Decyzje zakupowe Polaków

Rozpoznawalność marki "Poznaj Dobrą Żywność"



Firmy wydają dużo pieniędzy na reklamy swoich usług i produktów. Jak Pan(i) myśli czy robiąc zakupy, bierze Pan(i) pod uwagę informacje zaczerpnięte z reklam usług/produktów?



N= 1004



Rozpoznawalność marki "Poznaj Dobrą Żywność" > Decyzje zakupowe Polaków



# Wpływ reklam na decyzje zakupowe

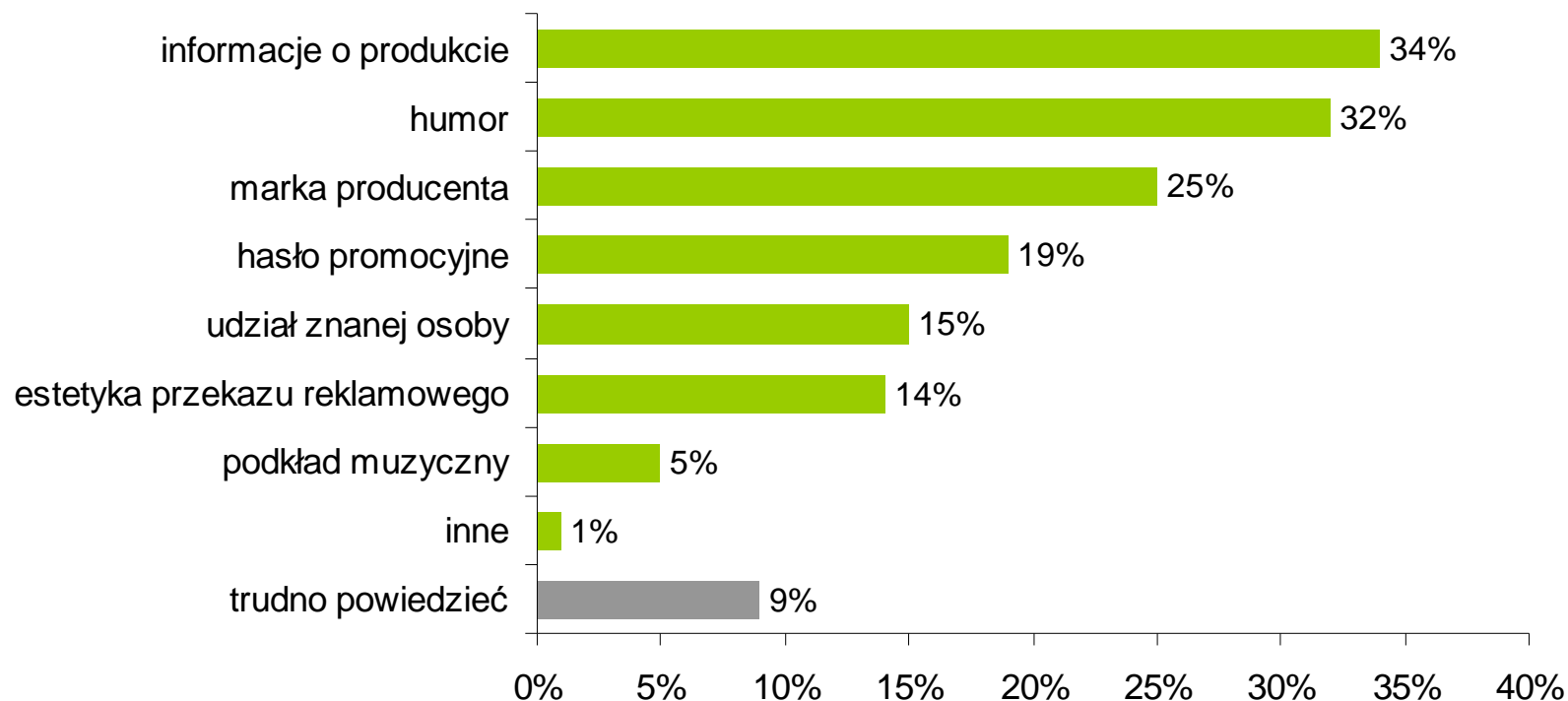
- Ponad połowa badanych (56%) twierdzi, że robiąc zakupy nie bierze pod uwagę informacji zaczerpniętych z reklam.
- 41% badanych podejmuje swoje decyzje zakupowe w oparciu o informacje uzyskane z reklam

Kobiety w porównaniu do mężczyzn częściej sugerują się informacjami uzyskanymi z reklam w czasie codziennych zakupów (odpowiednio 44% do 37%)

Najczęściej informacje uzyskane z reklam wykorzystują osoby w wieku 20-29 lat (51%), Polacy ze średnim wykształceniem (45%), a także osoby z miast do 20 tys mieszkańców (48%)

Najstarsze osoby, najrzadziej korzystają podczas robienia zakupów z informacji uzyskanych z reklam (27%).

Reklamy zawierają szereg elementów, które mogą zwracać uwagę konsumentów i zachęcać ich do zakupów. Jak Pan(i) sądzi, które z wymienionych cech reklamy powodują, że jest ona skuteczna?



N= 1004, możliwość podania 2 odpowiedzi.



Rozpoznawalność marki "Poznaj Dobrą Żywność" > Decyzje zakupowe Polaków



# Skuteczność reklam

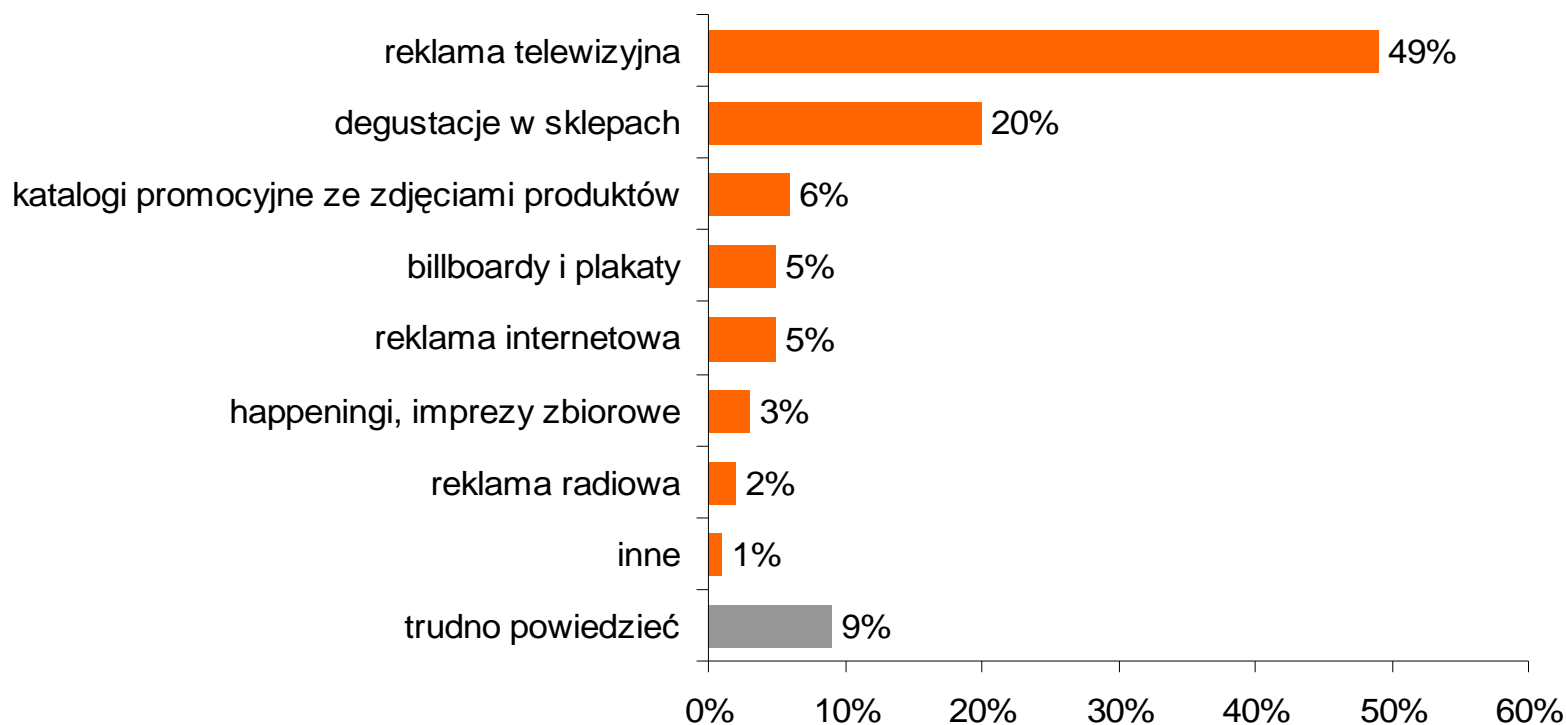
- Cechami, które w największym stopniu decydują o skuteczności reklam są przede wszystkim informacje o produkcie (34%), humor (32%), a także marka producenta (25%).
- Mniej osób jako główne cechy skutecznej reklamy wymienia hasło promocyjne (19%) a także udział znanej osoby (15%). Najmniej znaczącą cechą jest zdaniem badanych podkład muzyczny (5%).

Dla kobiet w większym stopniu niż dla mężczyzn o skuteczności reklamy decydują informacje o produkcie (38% do 29%). Mężczyźni z kolei bardziej zwracają uwagę na humor w reklamie (33% do 31%)

Dla osób w wieku 50 - 59 lat to przede wszystkim informacje o produkcie stanowią o skuteczności reklamy (73%). Natomiast dla 15-19 -latków to humor sprawia, że reklama jest skuteczna (44%), podobnie dla osób z wyższym wykształceniem (45%), a także mieszkańców największych miast (42%)

Informacje o produkcie są najmniej istotne w ocenie skuteczności reklamy zdaniem mieszkańców największych miast (powyżej 500 tys.) – 26% oraz najmłodszych uczestników badania – 27%

Wśród stosunkowo często reklamowanych produktów znajdują się produkty rolno-spożywcze. Jak Pan(i) myśli, jaka forma promocji jest najodpowiedniejsza dla tego typu produktów?



N= 1004, możliwość podania 1 odpowiedzi.



Rozpoznawalność marki "Poznaj Dobrą Żywność" > Decyzje zakupowe Polaków



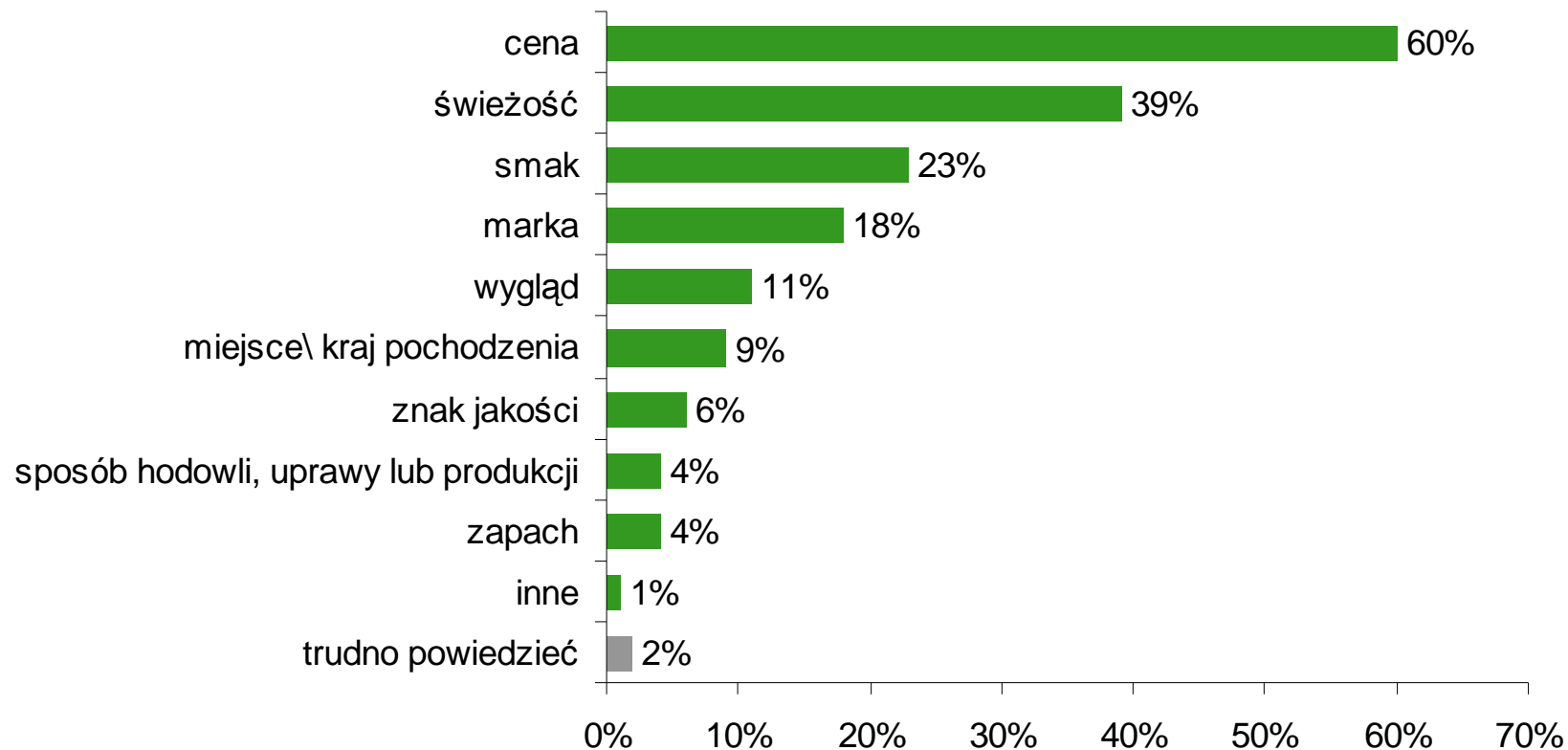


# Promocja produktów rolno - spożywczych

- W opinii badanych najpopularniejszą formą promocji dla produktów rolno - spożywczych jest reklama telewizyjna (49%). Na drugim miejscu znajdują się degustacje w sklepach (20%).
- Najmniej efektywną formą promocji produktów rolno - spożywczych według ankietowanych jest reklama radiowa (2%) oraz happeningi bądź imprezy zbiorowe (3%)

O skuteczności reklamy telewizyjnej w przypadku produktów rolno – spożywczych częściej niż inni są przekonani respondenci w wieku 30-39 lat, absolwenci wyższych uczelni oraz mieszkańcy wsi (po 54%).

## Na co przede wszystkim zwraca Pan(i) uwagę, kupując produkty rolno-spożywcze?



N= 1004, możliwość podania 2 odpowiedzi.

# Co decyduje o wyborze produktów rolno - spożywczych?

- Czynnikiem decydującym o zakupie produktów rolno - spożywczych są przede wszystkim cena (60%), ale również świeżość (39%) i smak (23%). Mniej osób, jako główne powody zakupu produktu rolno – spożywczego wskazuje markę (18%) oraz wygląd (11%).
- Na dalszych pozycjach znalazły się miejsce/kraj pochodzenia (9%) a także znak jakości (6%).

Kobiety w większym stopniu niż mężczyźni zwracają uwagę na cenę produktu (62% w porównaniu do 58%). Mężczyźni z kolei w czasie zakupów bardziej biorą pod uwagę markę produktu (21%;16%)

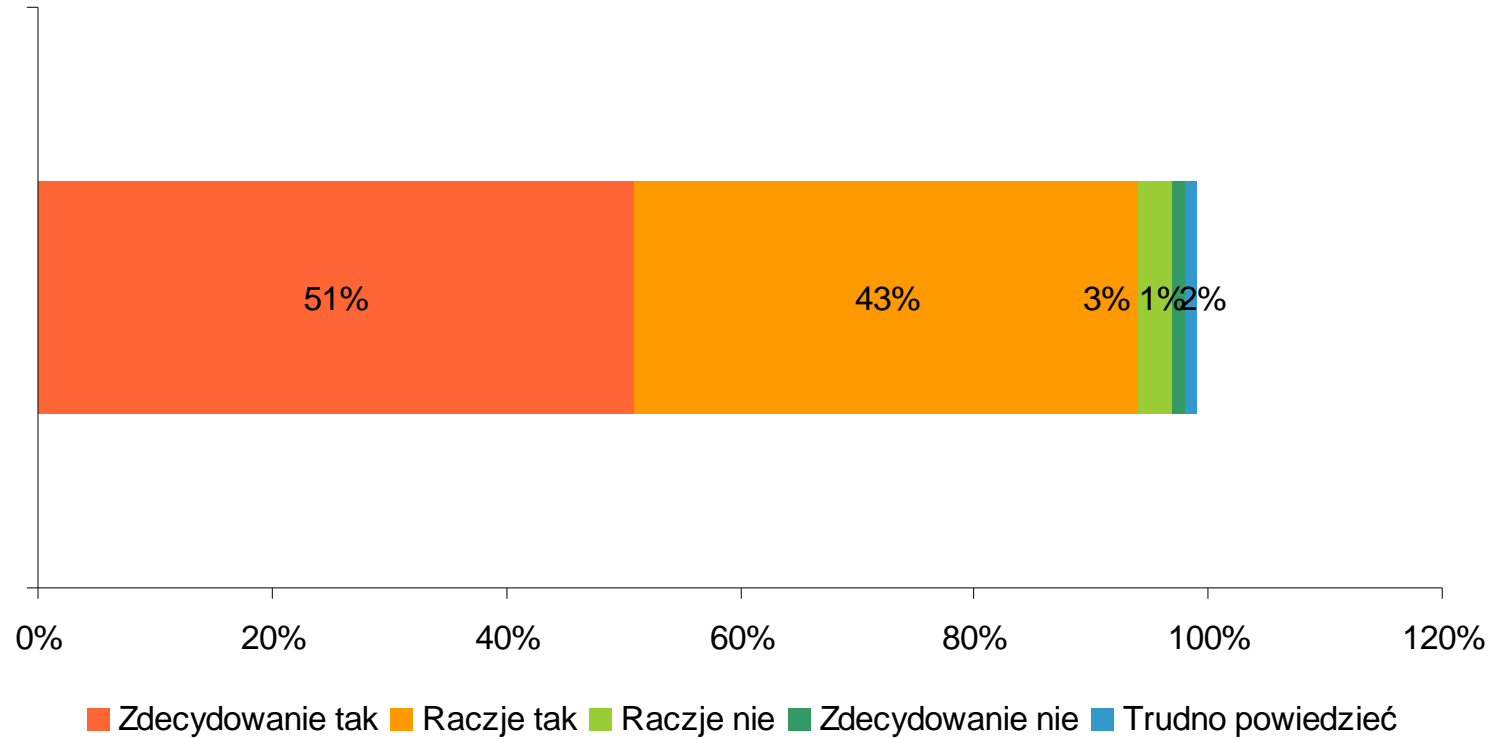
Cena jest najważniejsza dla respondentów w wieku 20-29 lat (64%), dla badanych z wykształceniem zawodowym (72%), nie pracujących oraz osób z miast o wielkości 100-500 tys. mieszkańców (po 64%).



# Jakość produktów

Rozpoznawalność marki "Poznaj Dobrą Żywność"

## Czy dokonując zakupów produktów rolno-spożywczych zwraca Pan(i) uwagę na ich jakość ?



N= 1004



Rozpoznawalność marki "Poznaj Dobrą Żywność" > Jakość produktów



# Jakość produktów rolno - spożywczych

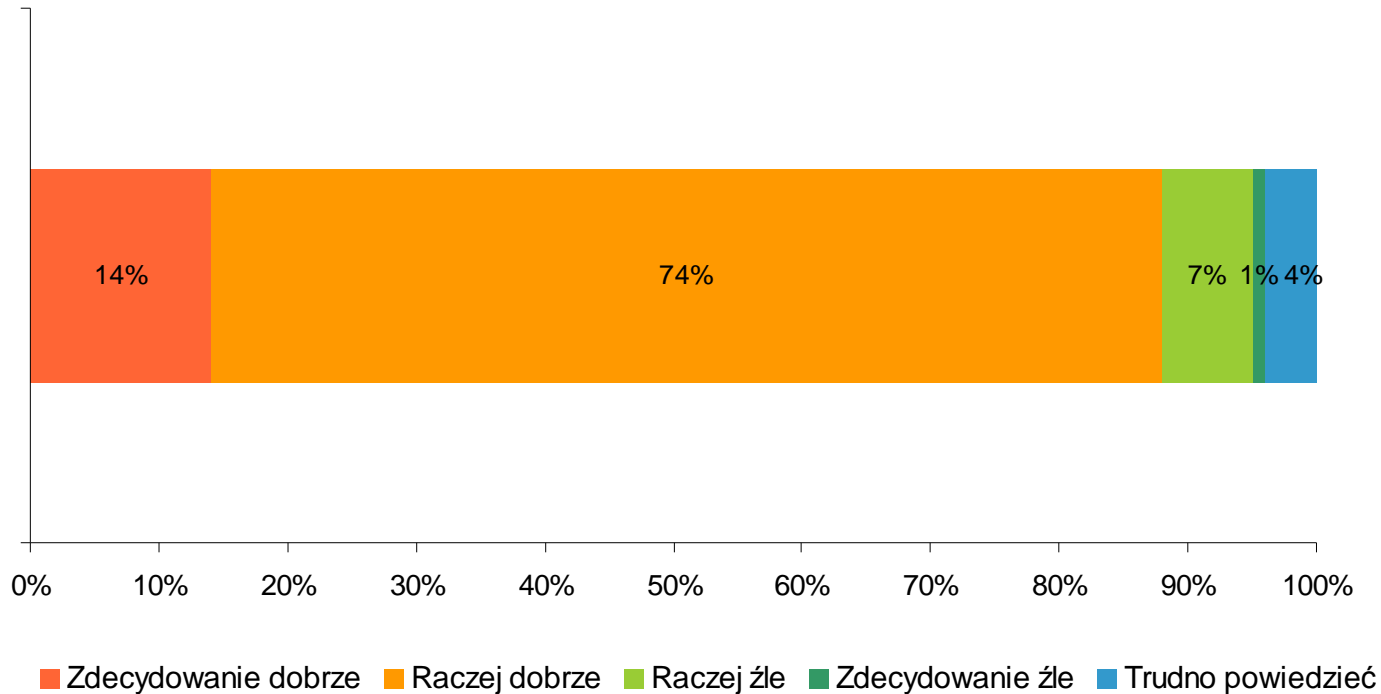
- Zdecydowana większość Polaków dokonując zakupów produktów rolno - spożywczych zwraca uwagę na ich jakość (94%), Tylko dla 4% badanych nie ma to znaczenia.

Jakość częściej od ogółu badanych ma znaczenie dla Polaków w wyższym wykształceniu (99%), w wieku 20-29 lat (97%) w dobrej sytuacji materialnej (96%) oraz osób z miast o wielkości 100-500 tys. mieszkańców (97%).





## Jak ogólnie ocenia Pan(i) jakość produktów rolno-spożywczych dostępnych na polskim rynku?



N= 1004



Rozpoznawalność marki "Poznaj Dobrą Żywność" > Jakość produktów



# Ocena jakości produktów rolno - spożywczych

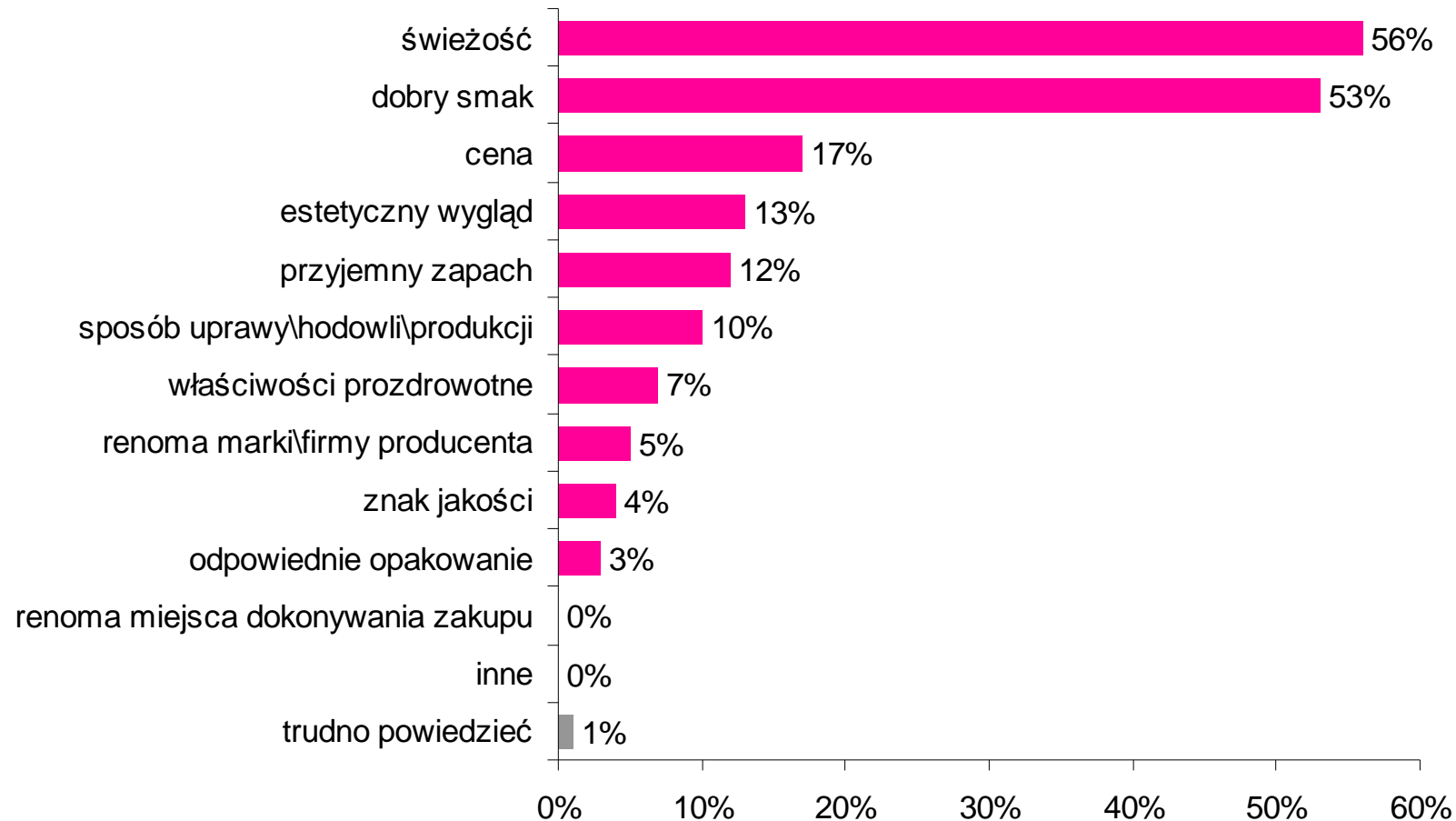
- Zdecydowana większość Polaków ocenia dobrze jakość produktów rolno - spożywczych dostępnych na polskim rynku (88%). 8% wypowiada przeciwną opinię.
- Nie ma zdania na ten temat 4% badanych.

Kobiety w nieco większym stopniu niż mężczyźni oceniają dobrze jakość produktów rolno – spożywczych (89%;87%)

Częściej niż pozostali badani lepiej oceniają jakość produktów rolno – spożywczych osoby w wieku 40-49 lat (93%), z wykształceniem wyższym (93%) mieszkańcy największych miast (92%), a także osoby oceniające swoją sytuację materialną jako dobrą (88%).



Na jakość produktu wpływa szereg jego cech. Które z nich według Pana(i) w największym stopniu decydują o wysokiej jakości produktu rolno-spożywczego?



N= 1004, możliwość podania 2 odpowiedzi.



Rozpoznawalność marki "Poznaj Dobrą Żywność" > Jakość produktów

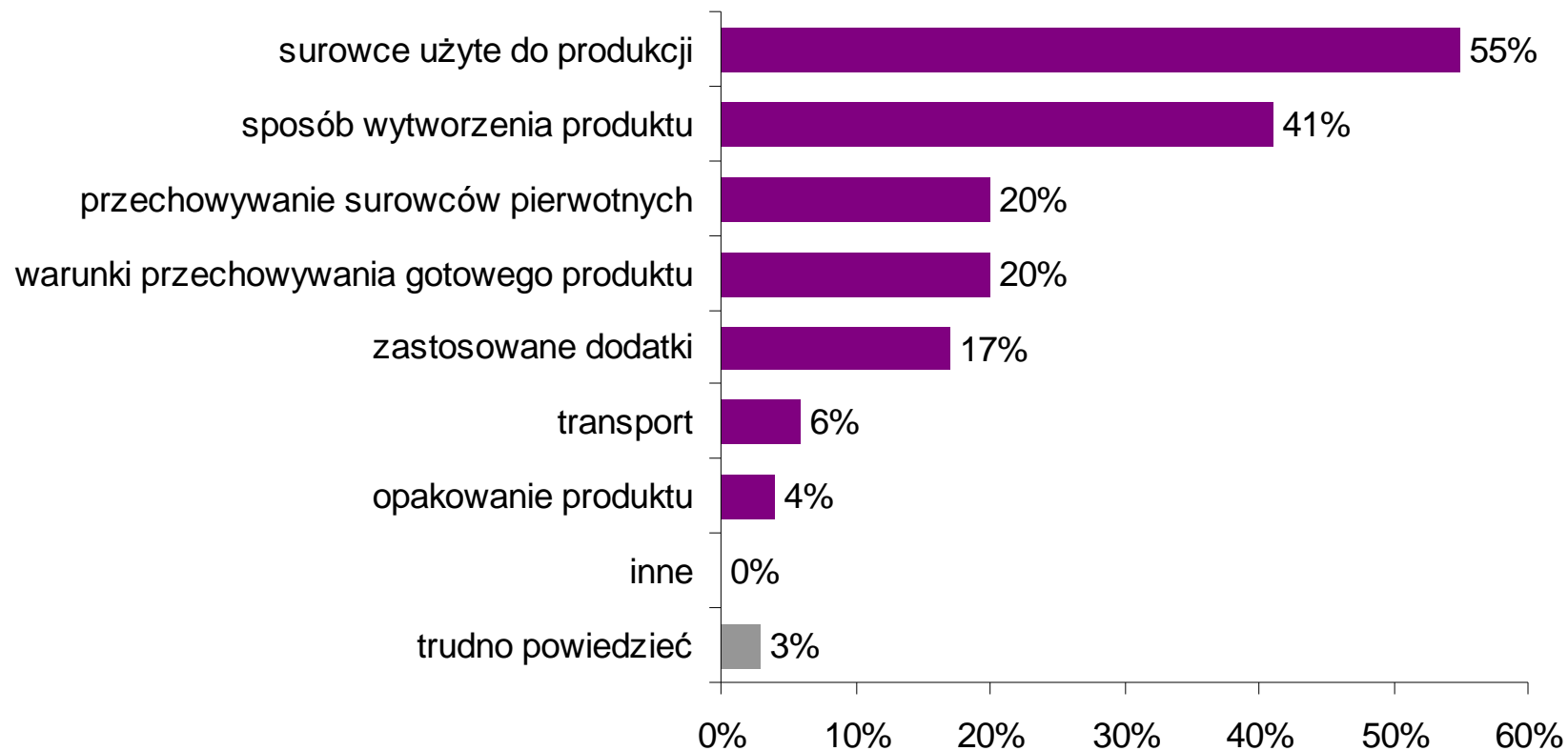


# Cechy wpływające na jakość produktów

- Cechy, które według ankietowanych w największym stopniu wpływają na jakość produktów rolno – spożywczych to przede wszystkim świeżość (56%); dobry smak (53%). Na dalszych pozycjach znalazły się cena (17%), estetyczny wygląd (13%), a także przyjemny zapach (12%) oraz sposób uprawy/ hodowli/produkcji (10%).
- Tylko dla 4% badanych znak jakości umieszczony na opakowaniach jest ważnym elementem.

Do grup, dla których w większym stopniu niż przeciętnie znak jakości umieszczony na produkcie świadczy o jakości należą: osoby młode w wieku 20 - 39 lat, badani oceniający dobrze swoją sytuację materialną (po 7%), a także osoby z miast od 100-500 tyś. mieszkańców (5%)

## Jak Pan(i) myśli, które czynniki mają największy wpływ na utrzymanie jakości produktów rolno-spożywczych?



N= 1004, możliwość podania 2 odpowiedzi.

# Jakości produktów rolno - spożywczych

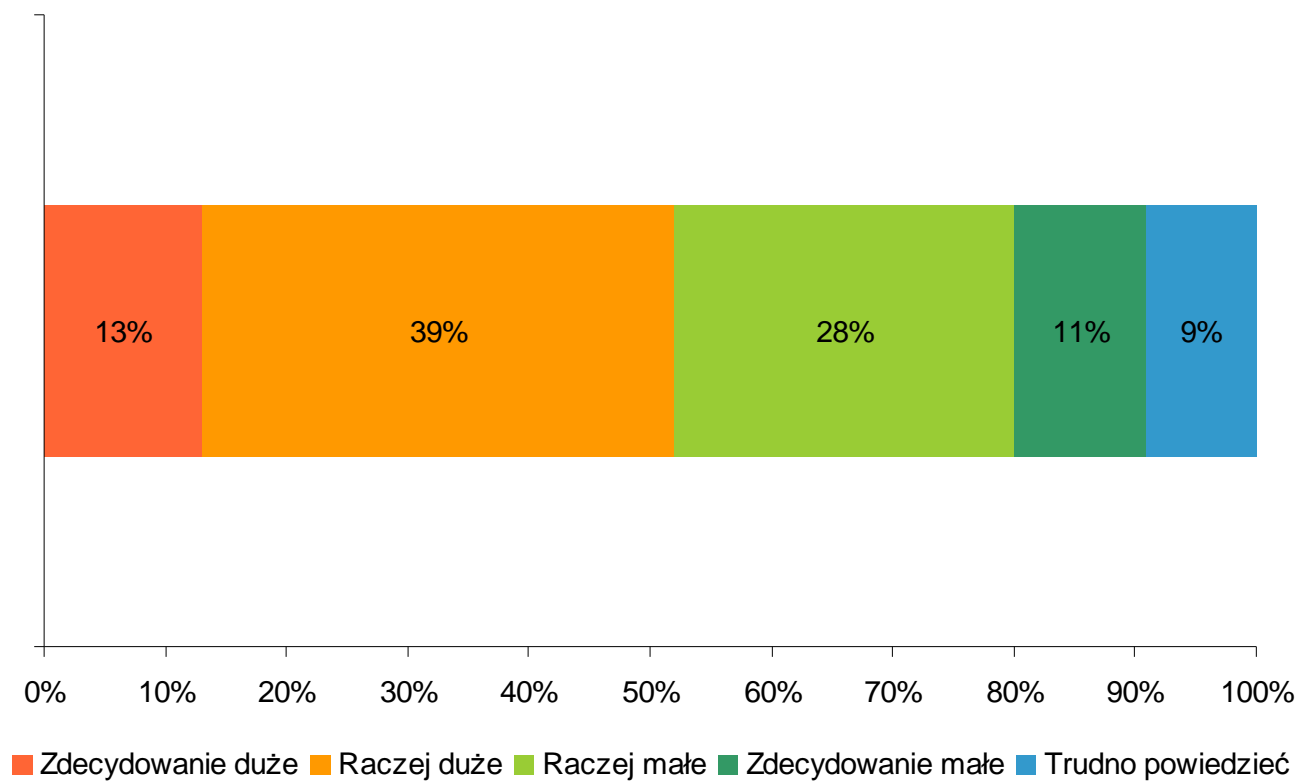
- Wśród czynników, które najczęściej wskazywane są jako te, które mają największy wpływ na utrzymanie jakości produktów rolno – spożywczych znajdują się surowce użyte do produkcji (55%), sposób wytwarzania produktu (41%), a także przechowywanie surowców pierwotnych oraz warunki przechowywania gotowego produktu (po 20%) oraz zastosowane dodatki (17%). Wyrobionej opinii na ten temat nie ma 3% uczestników badania.

Zdaniem ankietowanych o tym, że surowce użyte do produkcji mają największy wpływ na utrzymanie jakości produktów rolno – spożywczych przekonani są częściej niż inni badani z wyższym wykształceniem (66%), w wieku 40-49 lat – 64%, a także mieszkańców miast liczących 20 -100 tys. ludności (64%)





## Jakie znaczenie ma dla Pana(i) oznaczenie/znak jakości produktów rolno-spożywczych?



N= 1004



Rozpoznawalność marki "Poznaj Dobrą Żywność" > Jakość produktów



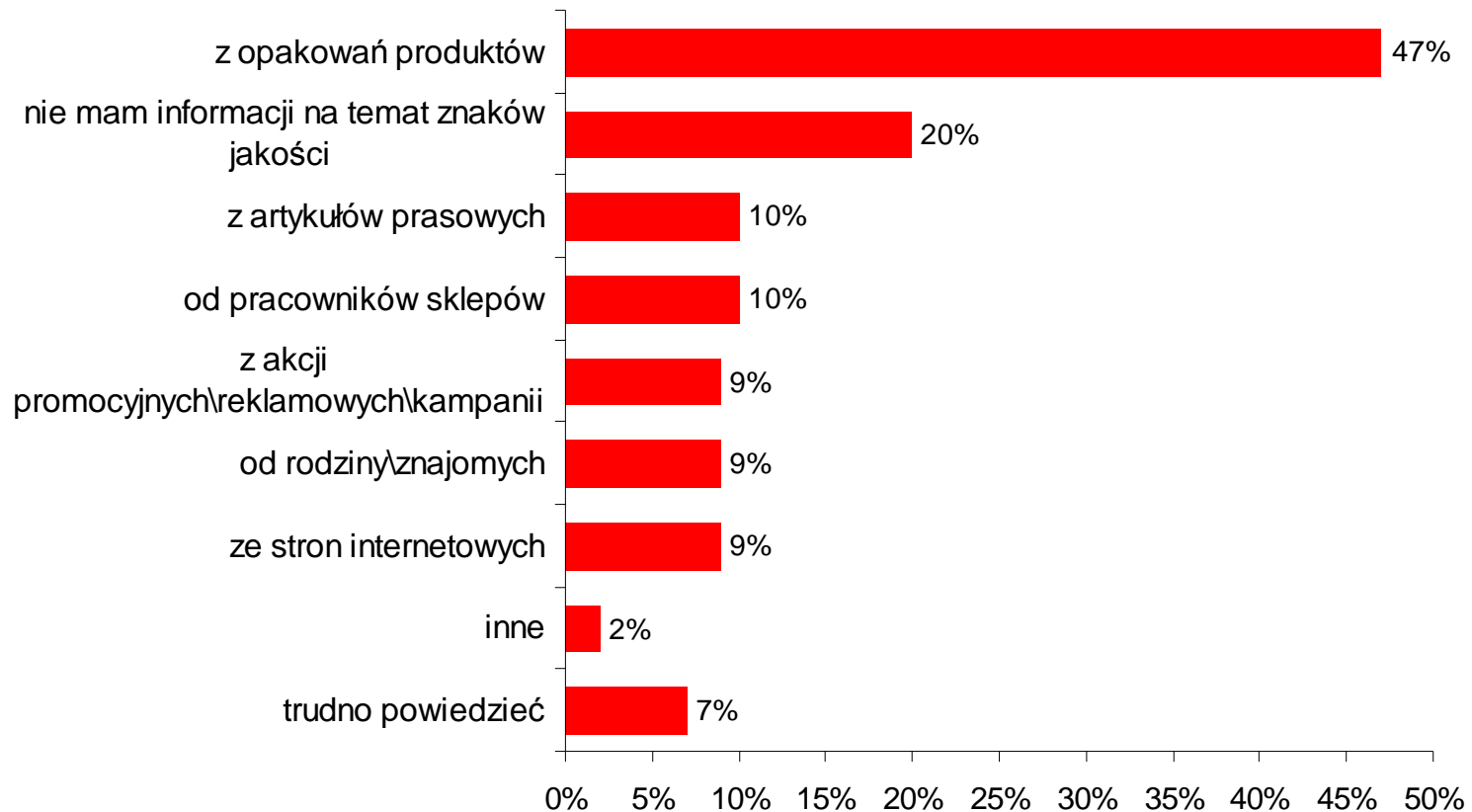
# Znaczenie znaku jakości

- Dla większości Polaków znaki jakości produktów rolno - spożywczych mają duże znaczenie (52%). 39% badanych jest odmiennego zdania. Nie ma zadania na ten temat 9% ankietowanych.

Największy wpływ na zakup produktów rolno – spożywczych ma znak jakości. Odpowiedziało tak 57% badanych w wieku 30-39 lat, z wykształceniem wyższym (58%), oraz oceniających swoją sytuację materialną jako dobrą (61%).

Znaki jakości mają małe znaczenie dla najmłodszych uczestników badania (41%), badanych w wykształceniu podstawowym (40%), oceniających swoją sytuację materialną jako złą (39%), a także mieszkańców największych miast (48%)

## Skąd czerpie Pan(i) informacje na temat znaków potwierdzających jakość umieszczanych na produktach rolno-spożywczych?



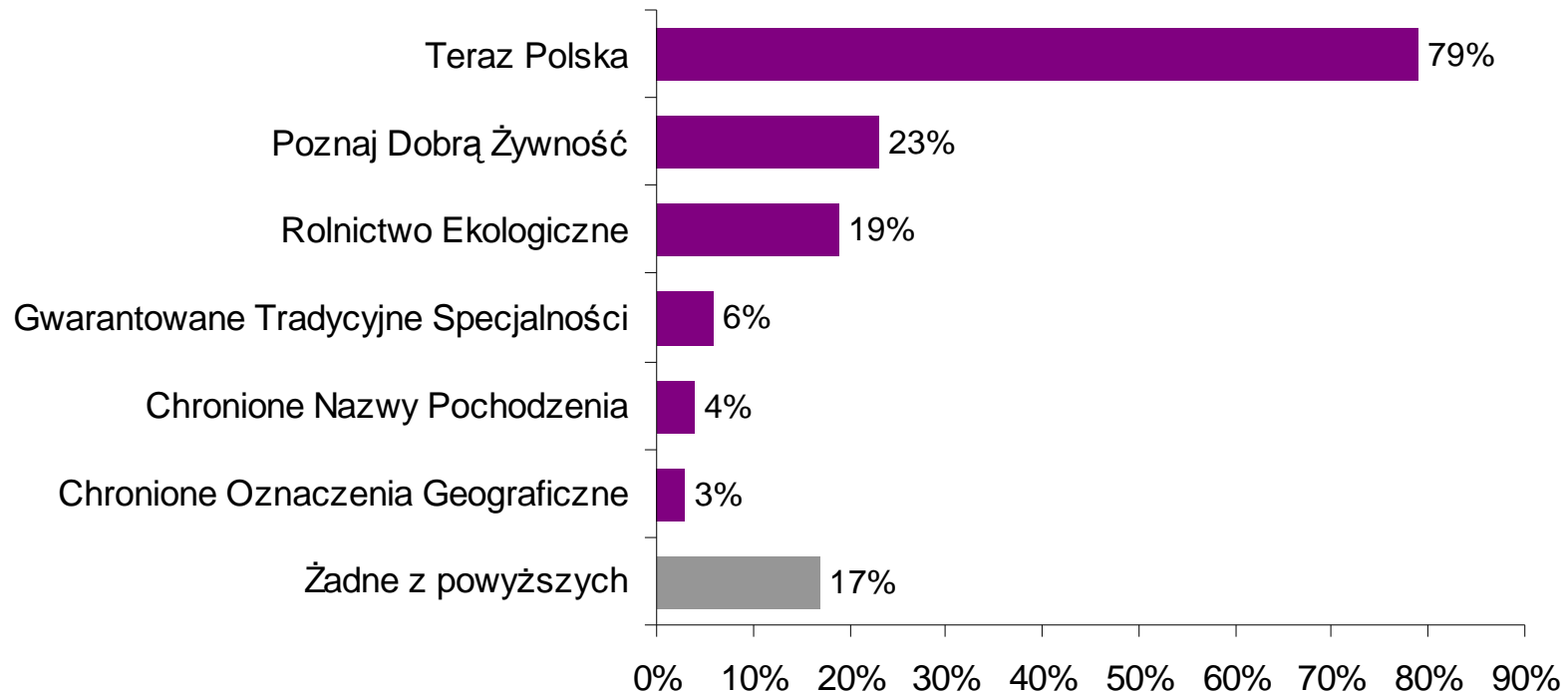
N= 1004, możliwość podania wielu odpowiedzi.

# Informacje na temat znaków potwierdzających jakość

- Co piąty badany nie ma żadnych informacji na temat znaków jakości umieszczonych na produktach rolno - spożywczych (20%)
- Najczęściej badania dowiadują się o znakach potwierdzających jakość produktów rolno - spożywczych z opakowań (47%). W dalszej kolejności źródłem informacji są artykuły prasowe, a także informacje od pracowników sklepów (po 10%). Źródłem informacji jest również rodzina, strony internetowe, jak i akcje promocyjne/kampanie społeczne (po 9%). Wyrobionej opinii na ten temat nie ma 7% uczestników badania.

Najmniej informacji na temat znaków jakości mają osoby w wieku 60 lat i więcej – 24%, osoby z podstawowym wykształceniem (30%), a także mieszkańcy największych miast (29%)

Różne instytucje wprowadzają znaki jakości m.in. dla produkt rolno-spożywczych. Które z następujących znaków jakości Pan(i) zna?



N= 1004, możliwość podania wielu odpowiedzi.

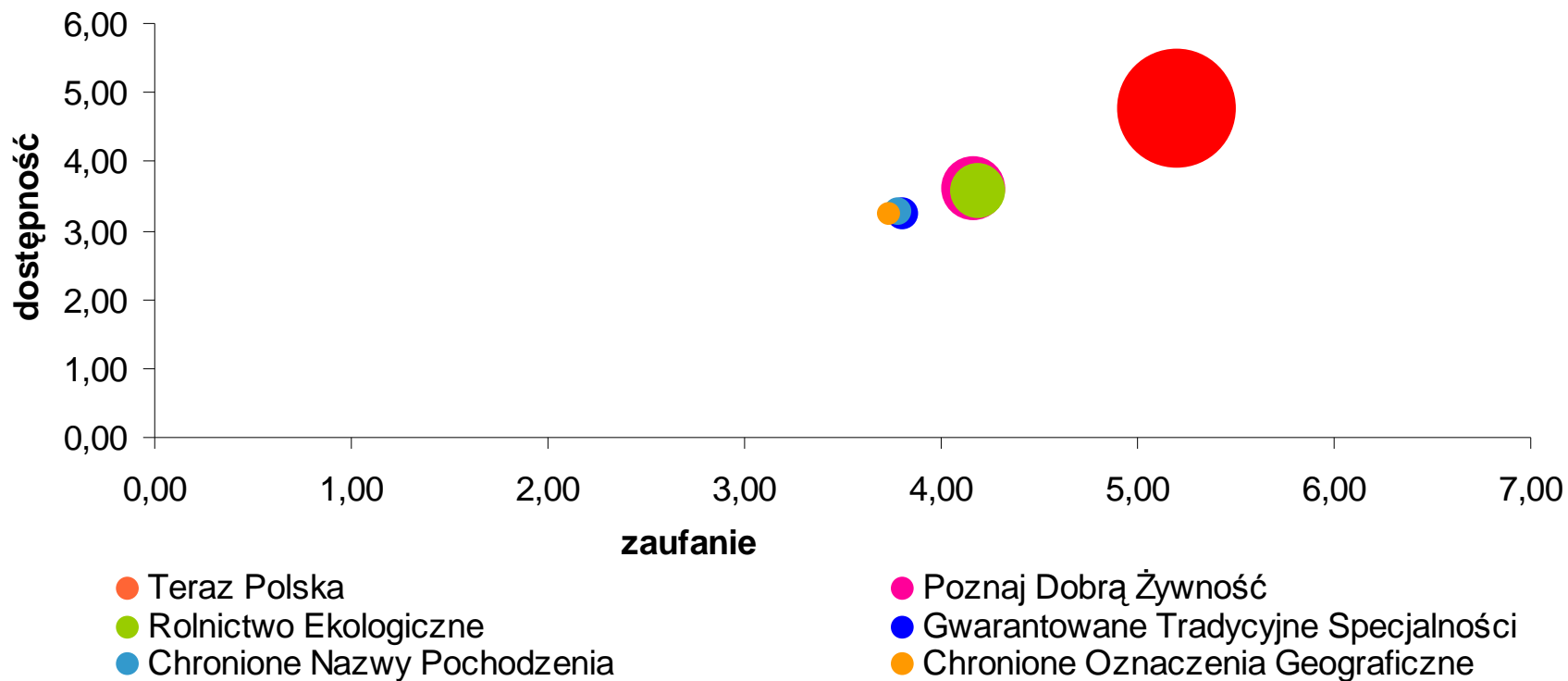
# Znajomość znaków jakości

- 83% badanych potrafiło wskazać co najmniej jeden znak jakości. 17% nie rozpoznaje żadnego z zaprezentowanych znaków.
- Najbardziej rozpoznawalnym znakiem jakości wśród badanych jest znak Teraz Polska (79%), drugim w kolejności znakiem jest Poznaj Dobrą Żywność (23%), następnie Rolnictwo Ekologiczne (19%) oraz Gwarantowana Tradycyjna Specjalność (6%).
- Najmniej rozpoznawalnym jest znak Chronione Nazwy Pochodzenia (4%) jak również Chronione Oznaczenia Geograficzne (3%).

Znak Poznaj Dobrą Żywność jest najbardziej rozpoznawalny wśród kobiet (26%), osób w wieku 40 -49 lat (30%), z wykształceniem wyższym (35%) a także wśród mieszkańców miast 20 -100 tys. mieszkańców.

Proszę określić, w jakim stopniu produkty, które oznaczone są następującymi znakami jakości wzbudzają Pana(i) zaufanie? Proszę posłużyć się skalą od 1 do 7, gdzie 1 oznacza „Nie mam zaufania”, a 7 - „Mam zaufanie”?

Proszę określić, w jakim stopniu produkty, które oznaczone są następującymi znakami jakości są według Pana(i) łatwo dostępne. Proszę posłużyć się skalą od 1 do 7, gdzie 1 oznacza „Są trudno dostępne” a 7 – „Są łatwo dostępne”



N= 1004



# Zaufanie oraz dostępność produktów ze znakiem Poznaj Dobrą Żywność

- Mapa percepcji została stworzona w oparciu o trzy wymiary: znajomości znaku jakości, zaufanie i dostępność. Zauważyć można, że największa znajomość, zaufanie, a także największą dostępność towarów mają produkty ze znakiem Teraz Polska. Drugim z kolei znakiem cieszącym się największym zaufaniem oraz dostępnością produktów, a także znajomością jest znak Poznaj Dobrą Żywność.
- Znak Poznaj Dobrą Żywność i Rolnictwo Ekologiczne cieszą się porównywalnym zaufaniem oraz dostępnością. Ale produkty oznaczone znakiem PDŻ są lepiej rozpoznawalne niż produkty ze znakiem Rolnictwo Ekologiczne.
- Najmniejszą znajomością oraz zaufaniem, a także najmniej na półkach sklepowych jest według ankietowanych produktów ze znakiem Chronione Oznaczenia Geograficzne.





# "Poznaj Dobrą Żywność"

Rozpoznawalność marki "Poznaj Dobrą Żywność"

## Skąd zna Pan(i) znak Poznaj Dobrą Żywność?



N= 234, możliwość podania wielu odpowiedzi



Rozpoznawalność marki "Poznaj Dobrą Żywność" > "Poznaj Dobrą Żywność"

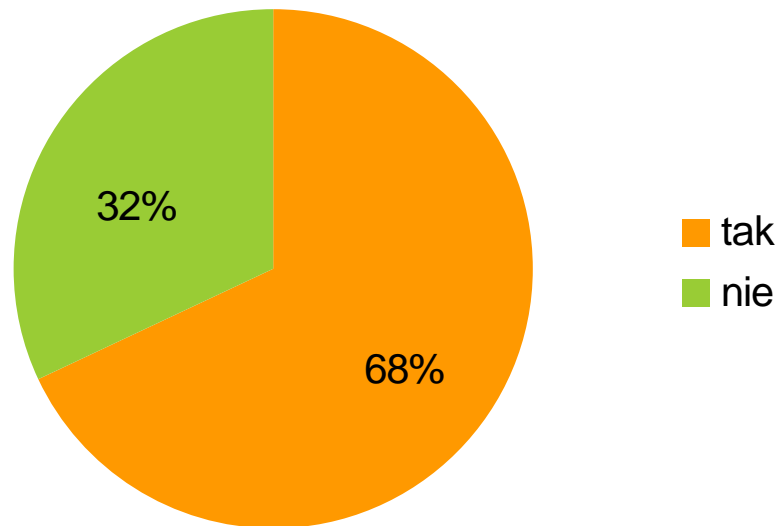


# Znajomość znaku „Poznaj Dobrą Żywność”

- Osoby rozpoznające znak Poznaj Dobrą Żywność identyfikują go z:
- produktów, na których taki znak jest umieszczony - 52%
  - telewizji - 51%
  - Internetu - 12%

Kobiety częściej niż mężczyźni znają znak PDŻ z produktów na których jest on umieszczony (56%). Częściej niż inni wskazywali na to źródło informacji osoby najstarsze (powyżej 60 roku życia) - 58%, osoby mieszkające w małych miastach (do 20 tyś. mieszkańców) – 60%, oraz absolwenci wyższych uczelni (59%).

## Czy kupuje Pan(i) produkty rolno-spożywcze ze znakiem Poznaj Dobrą Żywność?



N= 234, możliwość podania 1 odpowiedzi.

# Zakup produktów ze znakiem Poznaj Dobrą Żywność

- Spośród osób, które identyfikują znak Poznaj Dobrą Żywność 68% kupuje produkty z tym znakiem. Co trzeci badany (32%) nie kupuje takich produktów.

Częściej niż pozostali badani, produkty ze znakiem Poznaj Dobrą Żywność kupują osoby wieku 30-39 lat (74%), z wykształceniem wyższym (72%), mieszkańcy największych miast (powyżej 500 tys.) – 76%, a także osoby zamężne / żonate – 71%.

## Jakie są powody, dla których nie kupuje Pan(i) produktów ze znakiem Poznaj Dobrą Żywność?



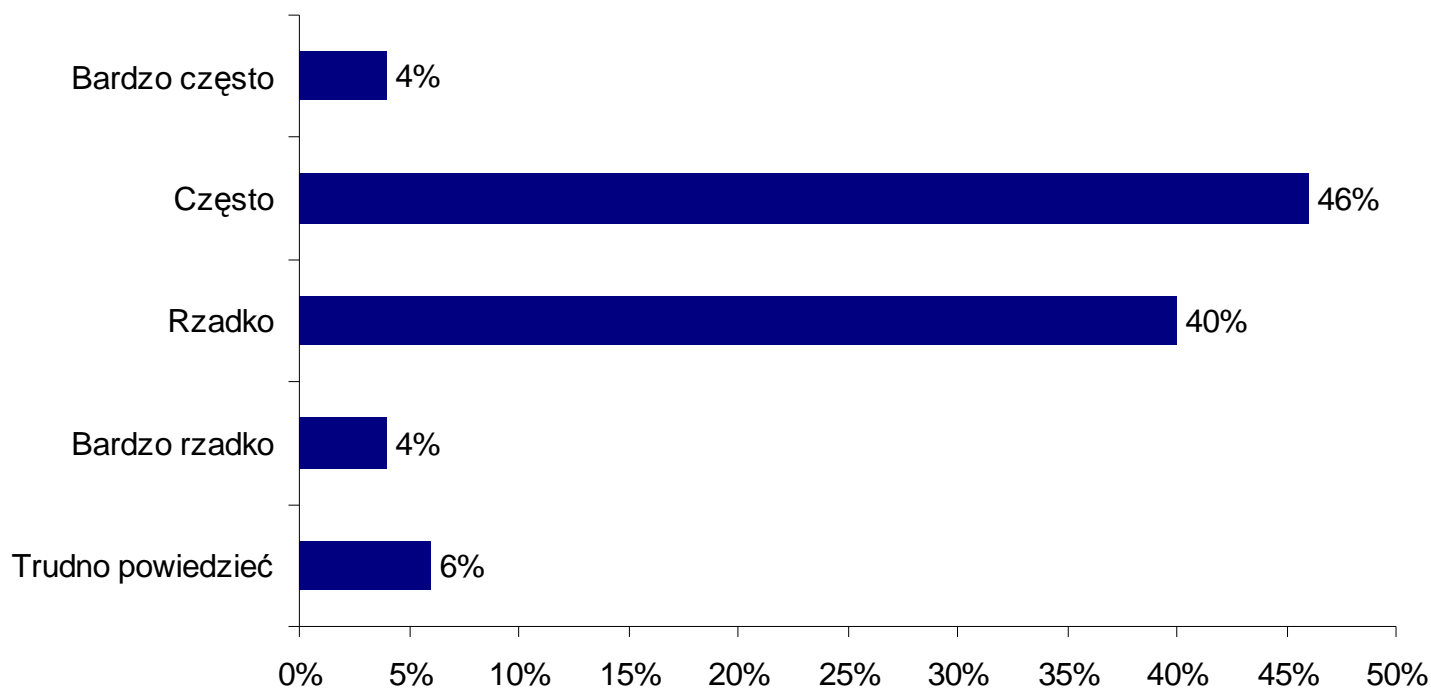
N= 75, możliwość podania wielu odpowiedzi

# Dlaczego respondenci nie kupują produktów ze znakiem Poznaj Dobrą Żywność?

- Osoby które identyfikują znak Poznaj Dobrą Żywność, ale nie kupują produktów opatrzonych tym znakiem wskazują na małą dostępność w sklepach tych produktów (41%), drugim powodem jest wysoka cena (31%).
- Dla 17% ankietowanych znak ten nie ma znaczenia.
- 13% ankietowanych nie ma zdania na ten temat.

Wśród badanych, którzy jako powód nie kupowania produktów ze znakiem Poznaj Dobrą Żywność najczęściej wskazywali małą dostępność w sklepach należą: osoby w wieku 15-19 lat (65%), osoby z wykształceniem podstawowym (68%), mieszkańcy wsi (59%)

## Jak często robiąc zakupy kupuje Pan(i) produkty rolno-spożywcze ze znakiem Poznaj Dobrą Żywność?



N= 159



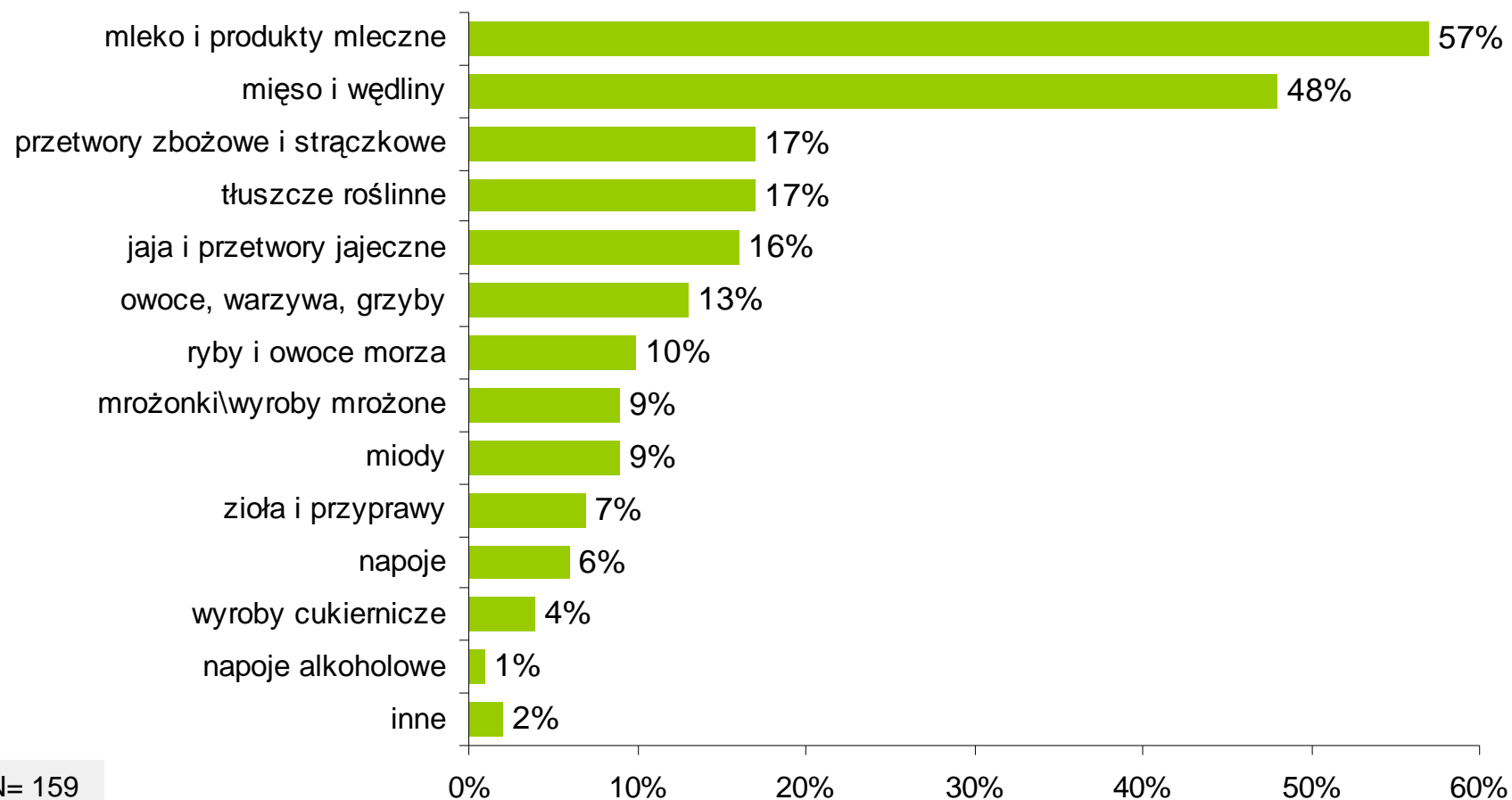


# Kupowanie produktów Poznaj Dobrą Żywność

Spośród tych badanych, którzy rozpoznają znak PDŻ połowa robiąc zakupy często kupuje artykuły rolno – spożywcze ze znakiem Poznaj Dobrą Żywność. 44% ankietowanych rzadko kupuje takie produkty.

Produkty ze znakiem Poznaj Dobrą Żywność kupują częściej niż inni, osoby w wieku 40-49 lat - 64%, z wykształceniem średnim (61%), oraz mieszkańcy największych miasta (73%).

## Jakiego typu produkty ze znakiem Poznaj Dobrą Żywność Pan(i) kupuje?



N= 159

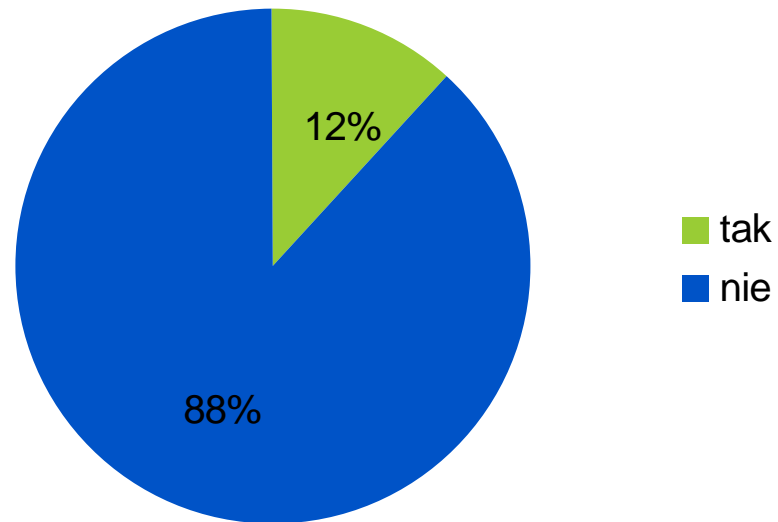


# Rodzaje produktów ze znakiem Poznaj Dobrą Żywność

- Na pytanie „Jakiego typu produkty ze znakiem Poznaj Dobrą Żywność Pan(i) kupuje?” ponad połowa badanych, znających ten znak podała mleko i produkty mleczne (57%). Na dalszych pozycjach znalazły się mięso i wędliny (48%), przetwory zbożowe i strączkowe oraz tłuszcze roślinne (po 17%).

Mleko i produkty mleczne ze znakiem PDŻ częściej od pozostałych badanych kupowane są przez osoby w wieku 40-49 lat – 75%, z średnim wykształceniem (61%) oraz osoby mieszkające w miastach od 20 -100 tys. mieszkańców (72%).

Czy spotkał/a się Pan(i) z jakimiś akcjami Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi promującymi znaki jakości?



N= 1004



Rozpoznawalność marki "Poznaj Dobrą Żywność" > "Poznaj Dobrą Żywność"

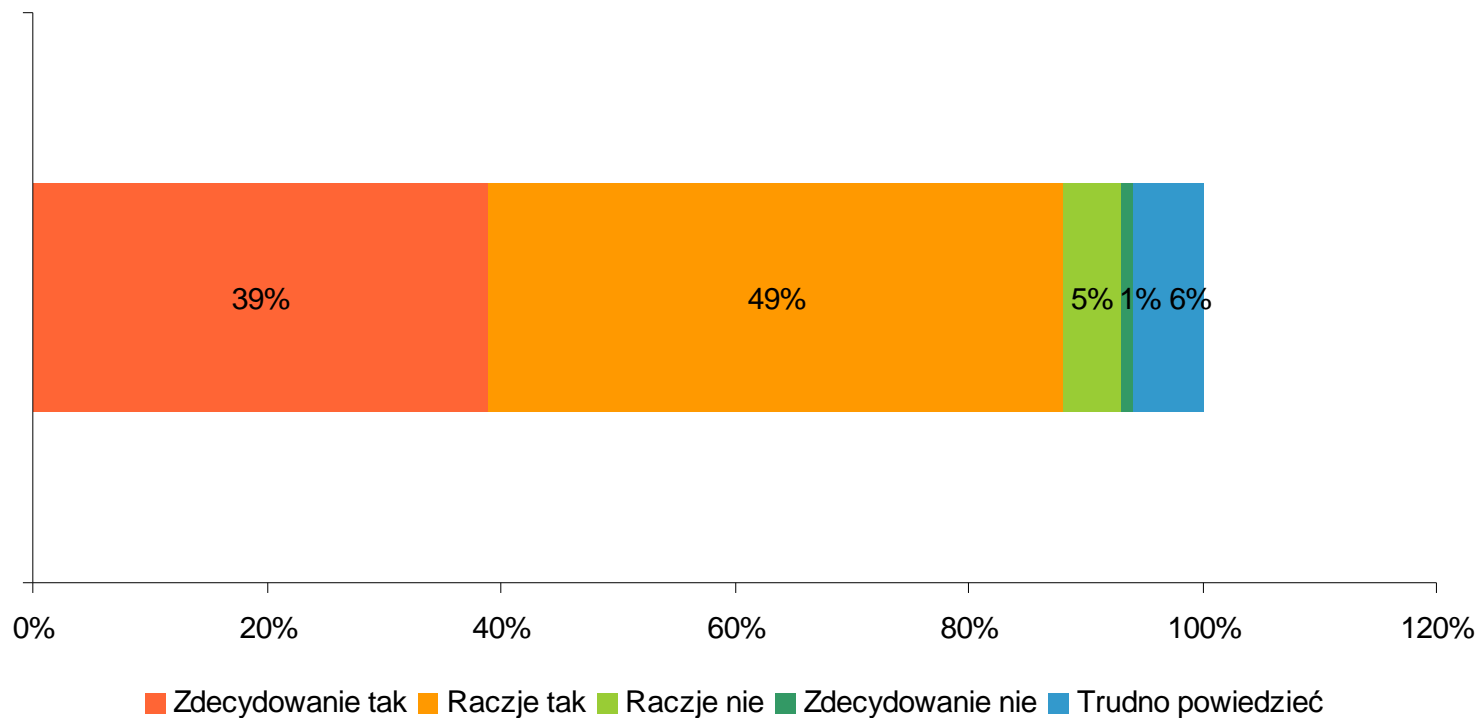


# Akcje Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi promujące znaki jakości

- Zdecydowana większość badanych (88%) nigdy nie spotkała się z akcjami Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi promującymi znaki jakości.
- 12% Polaków widziało takich akcji.

Do osób, które częściej od ogółu spotkały się z akcjami Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi dotyczącymi promocji znaków jakości należą ankietowani z wyższym wykształceniem (19%), osoby w wieku 40-49 lat (16%), oraz ankietowani mieszkający w miastach od 100-500 tys. mieszkańców (16%).

## Jak Pan(i) myśli, czy powinno się promować znak Poznaj Dobrą Żywność za granicą?



N= 1004



Rozpoznawalność marki "Poznaj Dobrą Żywność" > "Poznaj Dobrą Żywność"



# Promocja znaku Poznaj Dobrą Żywność

- Dziewięciu na dziesięciu badanych (88%) jest zdania, że powinno się promować znak Poznaj Dobrą Żywność za granicą.
- 6% jest odmiennego zdania, tyle samo badanych nie ma zdania na ten temat.

Najwięcej zwolenników promocji znaku Poznaj Dobrą Żywność za granicą jest wśród Polaków w wieku 40-49 lat (94%), osób z wykształceniem zawodowym (92%) oraz mieszkańców wsi (91%).