

Kantar: Brandurile sunt datoare sa actioneze în favoarea protectiei mediului, considera 40% dintre români

Patru din zece români (40%) sunt de parere ca brandurile sunt datoare sa actioneze în favoarea protectiei mediului, iar peste un sfert (26%) cred într-o masura mai mica ca pot rezolva problemele sociale, releva editia a treia a studiului "Sustainable Sector Index", realizat de Kantar.

Conform cercetarii, românii sunt neîncrezatori în actiunile de sustenabilitate ale marcilor, doar 22% dintre cei care locuiesc în mediul urban considera ca brandurile iau masuri semnificative pentru a raspunde problemelor de mediu. Totodata, numai 15% dintre cei chestionati sustin ca brandurile iau masuri pentru a rezolva problemele sociale.

În ansamblu, 40% din totalul respondentilor din România au asteptari mari de la branduri ca acestea sa actioneze în favoarea mediului si într-o masura mai mica sa rezolve problemele sociale (26%).

Pe de alta parte, aproape jumatate dintre românii de la oras (48%) s-au întâlnit, deja, cu informatii false sau înșelatoare cu privire la actiunile CSR întreprinse de marci, ceea ce îi determina sa adopte o pozitie sceptica.

Sectoarele unde cei mai multi dintre români au auzit sau vazut informatii false sau înșelatoare legate de sustenabilitate sunt: hypermarket-urile/supermarket-urile (62%), îmbracaminte/încaltaminte (62%), legume/fructe proaspete (59%) sau furnizorii de energie (57%).

"Cu toate acestea, chiar daca românii cer marcilor din anumite sectoare (din cele 42 de analizate) sa depuna mai multe eforturi pentru a fi credibile, ei saluta performanta anumitor sectoare din zona sustenabilitatii, cum ar fi: Mâncare pentru animalele de companie, Ciocolata & dulciuri, Cafea & ceai sau Fructe si legume proaspete. Și pot, de asemenea, sa recompenseze anumite marci pentru efortul lor de a reduce impactul asupra mediului si / sau societatii - cum ar fi Kaufland, Banca Transilvania sau Samsung - acestea fiind vazute ca lideri in sectoarele lor din perspectiva sustenabilitatii", se mentioneaza în raportul de specialitate.

Studiul Kantar Sustainability Sector Index se afla la cea de-a 3-a editie. Culegerea datelor a avut loc în luna iulie a acestui an în 33 de tari, cu 26.000 de consumatori, inclusiv o mie din România.

Kantar este unul dintre liderii mondiali în domeniul analizelor de marketing (insights & analytics) si un partener în materie de insight-uri de brand pentru companiile de top din lume.