

МАРКЕРЫ ОРГАНИЧЕСКИХ ПРОДУКТОВ

ИССЛЕДОВАНИЕ
В СИНДИКАТИВНОМ СООБЩЕСТВЕ
IPSOS в России

ДЕКАБРЬ, 2019



GAME CHANGERS





ЕСТЬ ЛИ БУДУЩЕЕ У ОРГАНИЧЕСКИХ ПРОДУКТОВ

BIO, ECO, NATURAL, ORGANIC – полки в магазинах заставлены продуктами с модными приставками. Но цепляют ли они потребителя? Есть ли в них потребность? Ответы на эти и другие вопросы в нашем исследовании



1 Что понимают потребители под категорией «органические продукты»?

2 Как выделяют органические продукты из продуктового многообразия?

3 Зачем потребителям «органические продукты»?

4 Что мешает потреблять «органические продукты» на постоянной основе?



В ПОЛНОЙ ВЕРСИИ ОТЧЕТА ВЫ УЗНАЕТЕ: ЧТО ДУМАЮТ ПОТРЕБИТЕЛИ О РАЗНИЦЕ В ЦЕНЕ МЕЖДУ ОРГАНИЧЕСКИМИ И ОБЫЧНЫМИ ПРОДУКТАМИ?



1 МАРКЕРЫ ОРГАНИЧЕСКИХ ПРОДУКТОВ

- ▶ Где потребители покупают органические продукты?
- ▶ На что в первую очередь обращают внимание, когда ищут органические продукты?
- ▶ Какой состав у органических продуктов, по мнению потребителей?

2 ДРАЙВЕРЫ И БАРЬЕРЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ

- ▶ Какие есть ожидания в отношении органических продуктов?
- ▶ Есть ли необходимость в органических продуктах у потребителя?
- ▶ Какие жизненные обстоятельства являются драйвером к потреблению органических продуктов?



ПОЛНАЯ ВЕРСИЯ ДОСТУПНА ПО ПОДПИСКЕ. СТОИМОСТЬ ОТЧЕТА 60 ТЫС РУБ БЕЗ НДС





ОРГАНИЧЕСКИЕ ПРОДУКТЫ И ГДЕ ОНИ ОБИТАЮТ

Потребители не до конца понимают, что такое органические продукты. Однако, это не мешает им считать определённые маркеры, свидетельствующие, по их мнению, о том, что продукт является органическим.

КАТЕГОРИЯ

К органическим продуктам нередко относят определённые категории продуктов:

- Продукты для здорового питания;
- Местные и сезонные овощи и фрукты;
- Молочную продукцию.
- Диетическую продукцию, продукцию для вегетарианцев
- Крупы, орехи и пр.

МЕСТО

Потребители считают, что приобретая продукцию в определённых местах, они покупают именно органические продукты:

- Магазины, специализирующиеся на здоровом питании и «натуральных продуктах»
- В определённых отделах гипермаркетов. Часто «специализированным» отделом для органических продуктов считаются отделы с названием «фермерские продукты», иногда полки продукции для вегетарианцев
- Фермерские рынки;
- Непосредственно в деревнях и сёлах;
- На специальных сайтах

СОСТАВ

Определить органические продукты также помогает состав, расположенный на упаковке продукта:

- Отсутствие в составе консервантов, красителей и вредных добавок;
- Упоминание, что при изготовлении данного продукта не были использованы удобрения, ГМО или антибиотики.

КЛЕЙМЫ / КОДЫ

- Ключевые клеймы: BIO, ECO, NATURAL, ORGANIC и т.д.
- Другие клеймы: для вегетарианцев, без ГМО, «с фермы». «без красителей», «без глютена» и пр.
- Цветовые и визуальные коды: зелёный треугольник, «листочек», зелёный цвет т.д.
- Высокая цена

УПАКОВКА

По мнению потребителей, органические продукты упаковывают в:

- Прозрачную, простую упаковку;
- Упаковку «натуральных цветов», без «кричащих» элементов;
- Упаковку из натуральных компонентов – дерево, картон / бумага и т.п.



*В моем питании встречаются такие продукты, если верить упаковке, конечно. Например, это экохлеб или яйца от кур, выращенных на экологически чистой кукурузе, без химикатов
(м, Воронеж, 33)*



*Овощи - понятно, они и есть органика. Яблочные чипсы - зелёная упаковка, продукт похож на органику, кажется, это просто дольки яблок высушенные. Упаковка ощущается, как бумажная, а значит, быстрорастворимая. Никогда не покупал, хотя не исключаю, что куплю. Надпись Back to Nature. Надпись снизу, как будто от руки - намёк на ручную работу, что тоже "органично".
(м, Москва, 40)*



**В КАКИЕ МАГАЗИНЫ ПОТРЕБИТЕЛИ ИДУ ЗА ОРГАНИЧЕСКИМИ ПРОДУКТАМИ
- ОТВЕТ В ПОЛНОЙ ВЕРСИИ**



НУЖНЫ ЛИ ОРГАНИЧЕСКИЕ ПРОДУКТЫ?



Я все равно считаю, что органические продукты имеют право на существование. Потому что у меня есть дача)) и все, что выращивается там, на вкус гораздо насыщеннее, чем в магазине. Я даже проводил разгрузочные дни на своих яблоках, а вот на магазинных не рискнул бы. Некоторые мои знакомые вообще чистят кожуру на магазинных яблоках, настолько боятся обработки. И это не удивительно - когда яблоко может лежать несколько месяцев и не портиться - это наводит на подозрения.
(м, Москва, 36)



ДА, ПОТОМУ ЧТО

- ▶ Органические продукты для потребителя – один из шагов к осознанной жизни: забота об окружающей среде (отсутствие вредной обработки почвы), о своём питании;
- ▶ Органические продукты более «здоровая» пища, так как в них отсутствуют вредные добавки;
- ▶ Органические фрукты / овощи воспринимаются потребителями более вкусными, чем их аналоги («с грядки - вкуснее»).



НЕТ, ПОТОМУ ЧТО

- ▶ Нет доверия, что органические продукты в магазинах действительно органические, а не «маркетинговая уловка производителя»;
- ▶ Очень дорого
- ▶ Научно не доказано, что от органических продуктов больше пользы;
- ▶ Потребители сомневаются, что органические продукты будут вкусными, так как не будут использоваться привычные усилители вкуса;
- ▶ Страх перед новым – не хотят покупать новые продукты, предпочитают питаться как привыкли.



В общем, как я и предполагала, прочитав несколько статей на тему органических продуктов, пришла к выводу, что в 80% случаев надписи био, эко и подобные – это маркетинговый приём. Органические продукты, безусловно, полезнее тех, что выращивались на почвах, подвергающихся химобработке и прочее, но, живя в мегаполисе, типа Москвы, вряд ли получится питаться исключительно такими продуктами, да и стоит ли заморачиваться.
(ж, Москва, 43)



КАКОЙ ОН – ПОТРЕБИТЕЛЬ ОРГАНИЧЕСКИХ ПРОДУКТОВ?
ВЕРНЫЙ ОТВЕТ – В ПОЛНОЙ ВЕРСИИ

О ПРОЕКТЕ

Синдикативное онлайн-сообщество типичных потребителей, объединяющее 300 человек из разных городов России.



МЕТОДОЛОГИЯ: качественное исследование
КОЛИЧЕСТВО УЧАСТНИКОВ: 30-40 респондентов

ТЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЙ В 2019 ГОДУ

- ▶ Бодипозитив
- ▶ Близость к брендам
- ▶ Русские корни в брендах
- ▶ Восприятие маскулинности
- ▶ Поколение Z
- ▶ Маркеры органических продуктов
- ▶ Персональные данные
- ▶ Sharing-экономика
- ▶ Родительство
- ▶ Путешествия
- ▶ Технологические вызовы
- ▶ Паттерны экономии
- ▶ Восприятие вопроса переработки мусора

ФОРМАТЫ УЧАСТИЯ В ПРОЕКТЕ

ПОДПИСКА НА РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСОВ

Опция 1 1 отчет	Опция 2 5 отчетов	Опция 3 12 отчетов
60 000 руб.	250 000 руб	600 000 руб

- ▶ MS PowerPoint объемом д1 дискуссия в 3 недели: ~12 тем в 2019
- ▶ В конце каждой 3 недели предоставляется отчет (summary в формате объемом до 15 слайдов)

Ad hoc ПРОЕКТЫ ПО ЗАПРОСУ

Области применения:

Тема по запросу
от 160 000 Руб.

Сроки
1 неделя от брифа до отчета

- ▶ Слишком специфический / частный вопрос для отдельного качественного исследования
- ▶ Срочно нужен отклик реальных потребителей!
- ▶ Предварительный этап для другого исследования



СВЯЖИТЕСЬ С НАМИ

Ekaterina.Kotova@ipsos.com

Цены указаны без учета НДС (20%)