



FSC UVID O POTROŠAČIMA 2021 GLOBALNI IZVJEŠTAJ

STUDENI 2021



UVOD U ISTRAŽIVANJE

FSC je angažirao GlobeScan, vrhunsku globalnu savjetodavnu organizaciju za strategije i uvide, da provede globalno istraživanje potrošača kako bi se razumjeli stavovi potrošača vezani uz pitanja šumarstva, svijest i percepcija o FSC-u i kako održivost utječe na odluke potrošača o kupovini.

U izvješće o istraživanju su uključeni sljedeći uvidi :



POZADINA



PROBLEMI KOJI
NAJVIŠE
ZABRINJAVA JU



STAVOVI I
PONAŠANJA



POKRETAČI
KUPOVINE



PREPOZNAVANJE
FSC-A



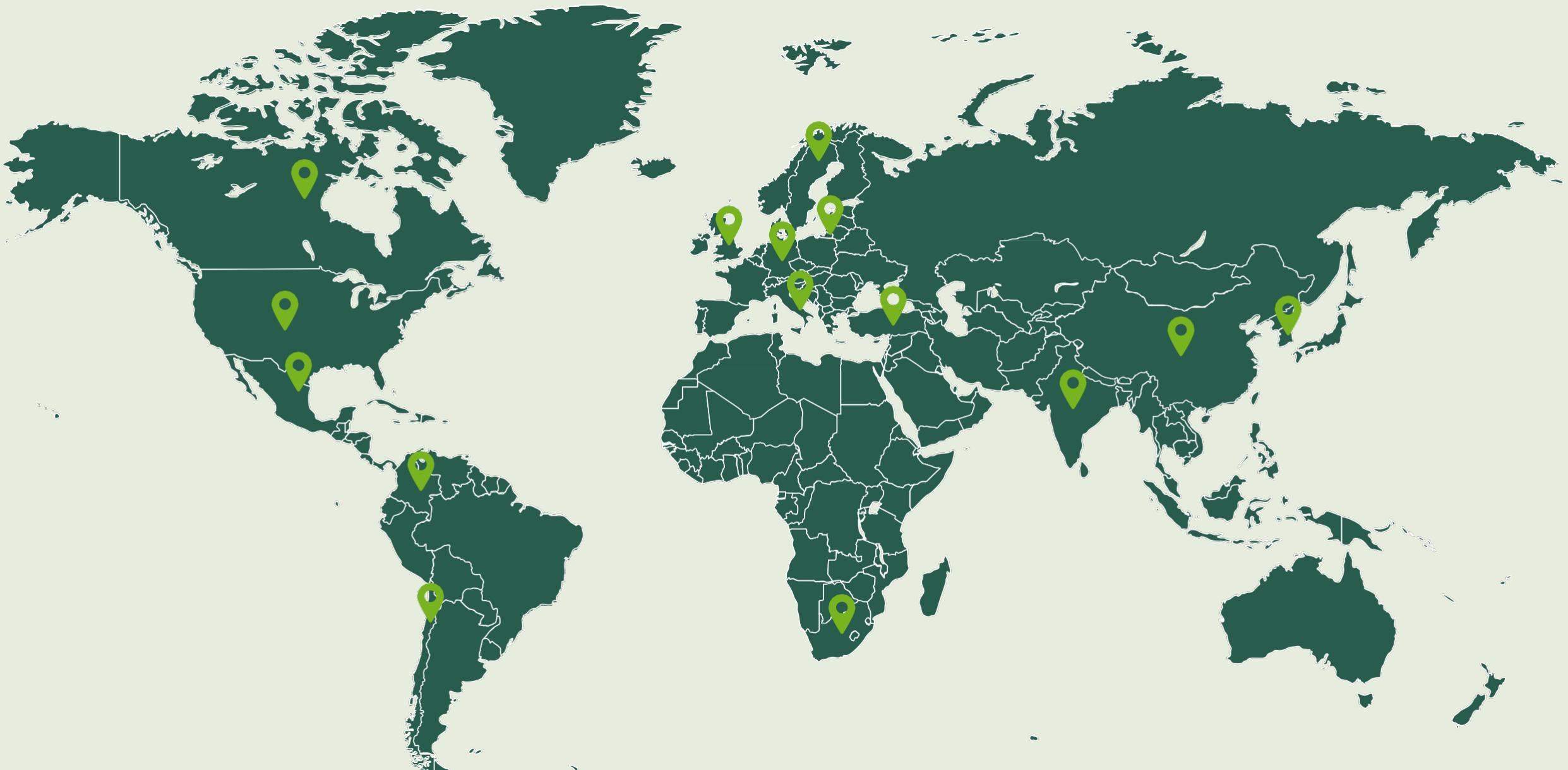
POVJERENJE U
FSC



POZADINA

METODOLOGIJA

- Online paneli za istraživanje potrošača
- Terenski rad - srpanj 2021.
- Ukupna veličina globalnog uzorka = 12 000 (800 x 15 država)
- Uzorci = nacionalno reprezentativni koliko god je to moguće
- Uzorci u Kini, Indiji, Kolumbiji, Čileu, Meksiku, Južnoj Africi i Turskoj usmjereni su prema obrazovanijim i urbanim potrošačima
- Napomene o izvješćivanju: Sve brojke u ovom izvješću date su u postocima, osim ako nije drugačije navedeno. U grafikonima, zbog zaokruživanja prikazanih decimalnih mjesta, brojke možda neće uvijek iznositi točno 100%.



Kanada	Čile	Kolumbija	Kina	Njemačka	Indija	Italija	Meksiko
n=800	n=800	n=800	n=800	n=800	n=800	n=800	n=800
Poljska	Južna Afrika	Južna Koreja	Švedska	Turska	UK	USA	Globalni uzorak
n=800	n=800	n=800	n=800	n=800	n=800	n=800	n=12,000

IZBOR TRŽIŠTA

- GlobeScan je za FSC proveo ekvivalentno istraživanje s istom metodologijom 2017. godine
- Uzorak tržišta u istraživanju iz 2017. godine nije bio potpuno isti; stoga su podaci o trendu dostupni samo za 8 „praćenih” tržišta
- Relevantne analize istaknute su u ovom izvješću s ikonama prikazanim s desne strane



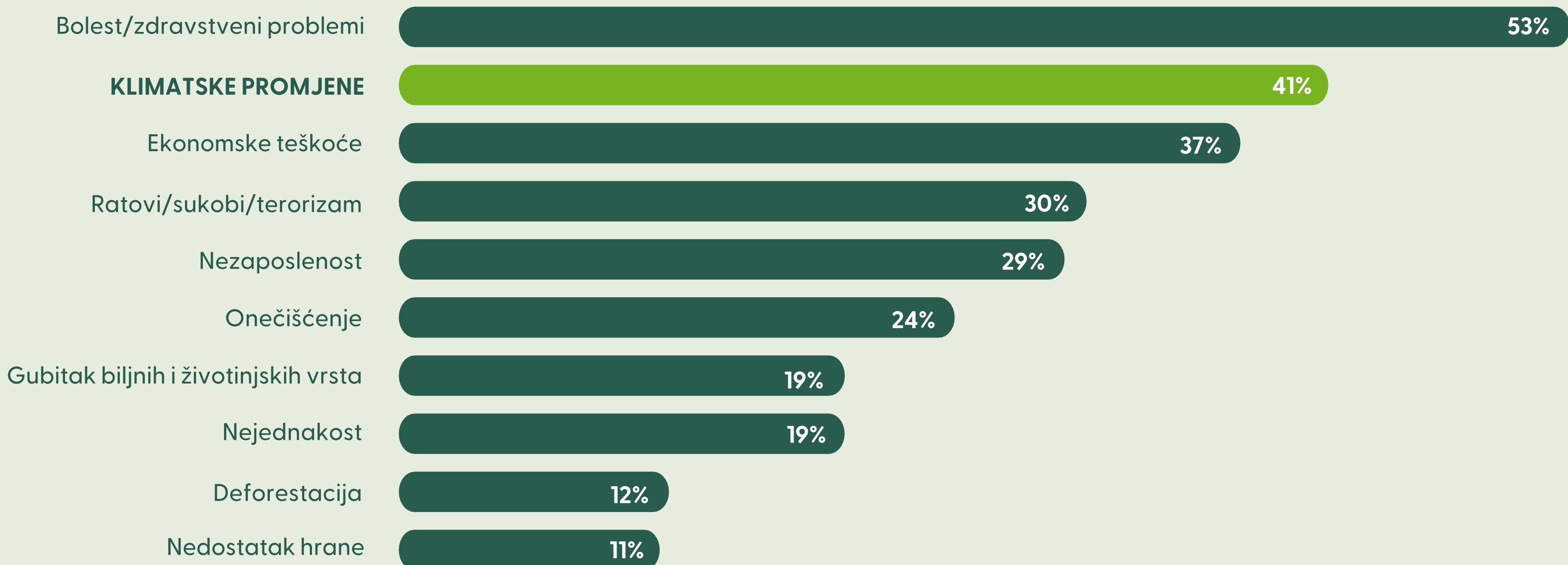


PROBLEMI KOJI NAJVIŠE ZABRINJAVA JU



KLIMATSKE PROMJENE SU MEĐU PROBLEMIMA KOJI NAJVIŠE ZABRINJAVA, NAKON BOLESTI/ZDRAVLJA

Najviše zabrinjavajući globalni problemi, odabrani kao prva tri odgovora, globalno, 2021.

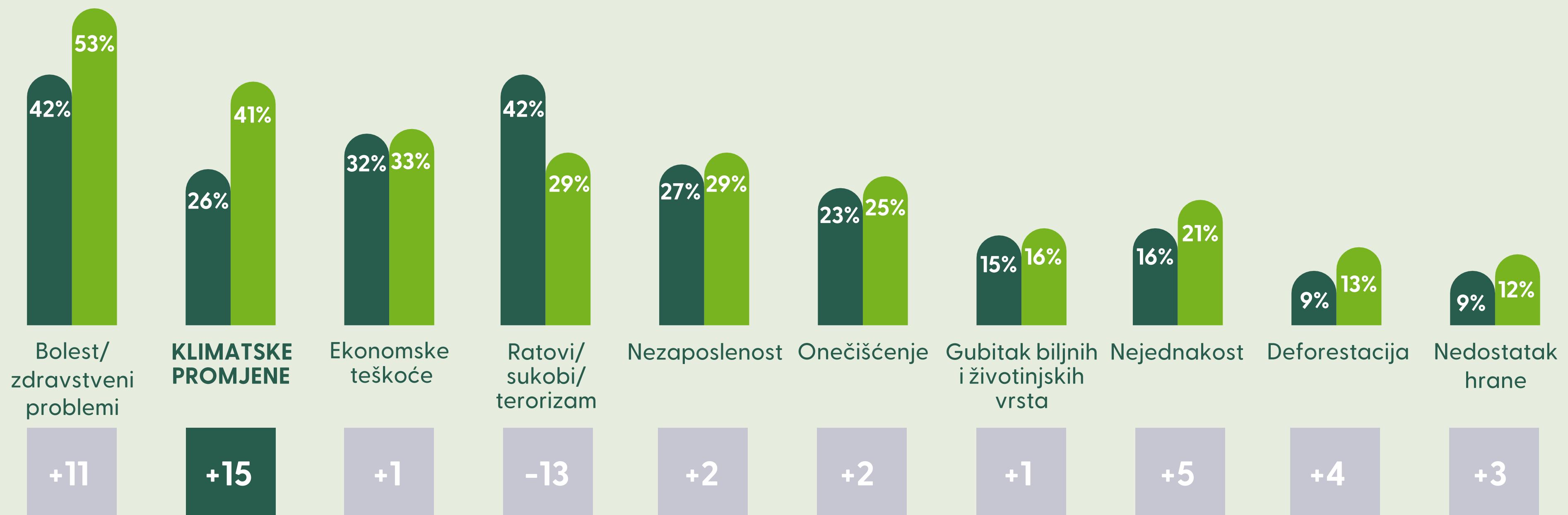


P1. Za početak, koji vas od sljedećih problema najviše brine? Odaberite najviše tri problema s popisa
Baza: ukupni globalni uzorak (n=12 000)



VELIKI PORAST BRIGE OKO KLIMATSKIH PROMJENA U ODNOSU NA 2017. GODINU

Najviše zabrinjavajući globalni problemi, ukupno spominjanja, samo osam praćenih tržišta, 2017. u odnosu na 2021.

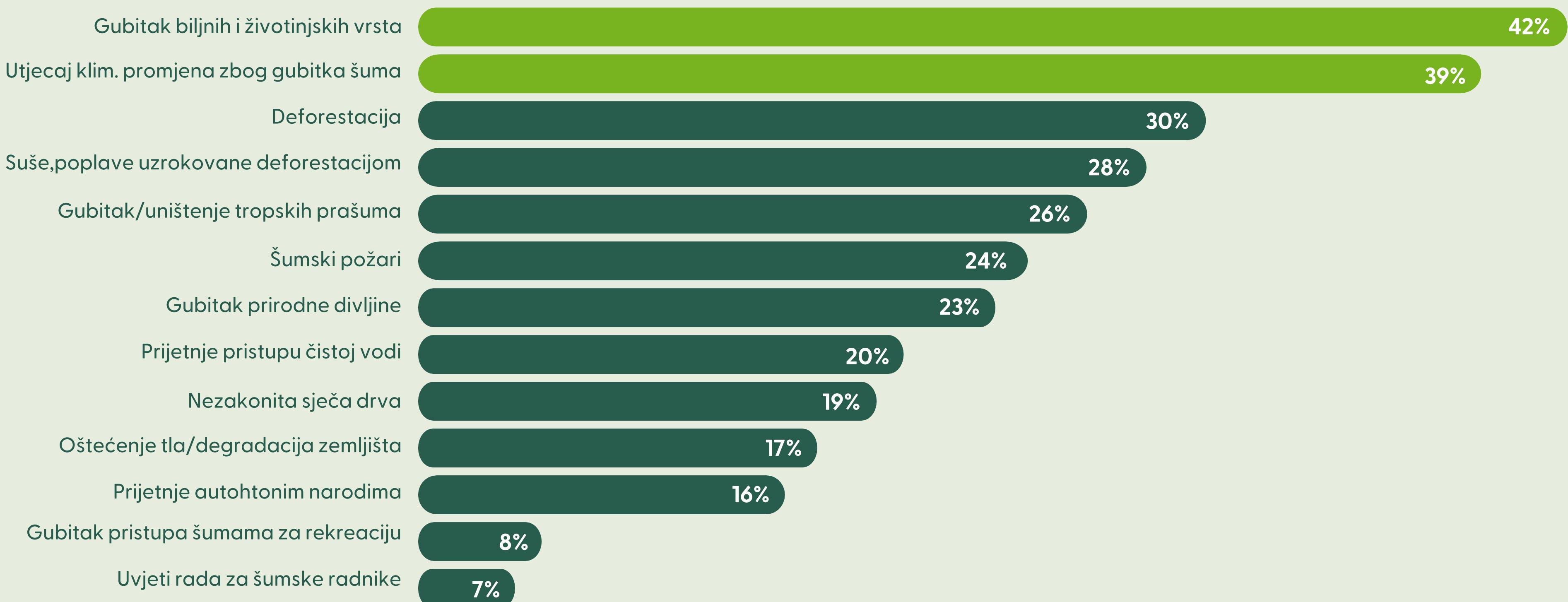


P1. Za početak, koji vas od sljedećih problema najviše brine?
Baza: ukupni uzorak praćenih tržišta (2021. n=6.400; 2017. n=6.413)



UNUTAR ŠUMSKIH PITANJA, NAJVIŠE BRINU BIOLOŠKA RAZNOLIKOST I KLIMATSKI UTJECAJ

Najviše zabrinjavajući problemi u šumarstvu, odabrani kao prva tri odgovora, globalno, 2021.



P8. Postoji mnogo različitih potencijalnih prijetnji svjetskim šumama, divljim životinjama koje tamo žive i ljudima koji tamo žive i rade. Koji vas od ovih potencijalnih problema najviše zabrinjava?
Baza: ukupni globalni uzorak (n=12 000)



STAVOVÍI PONAŠANJA

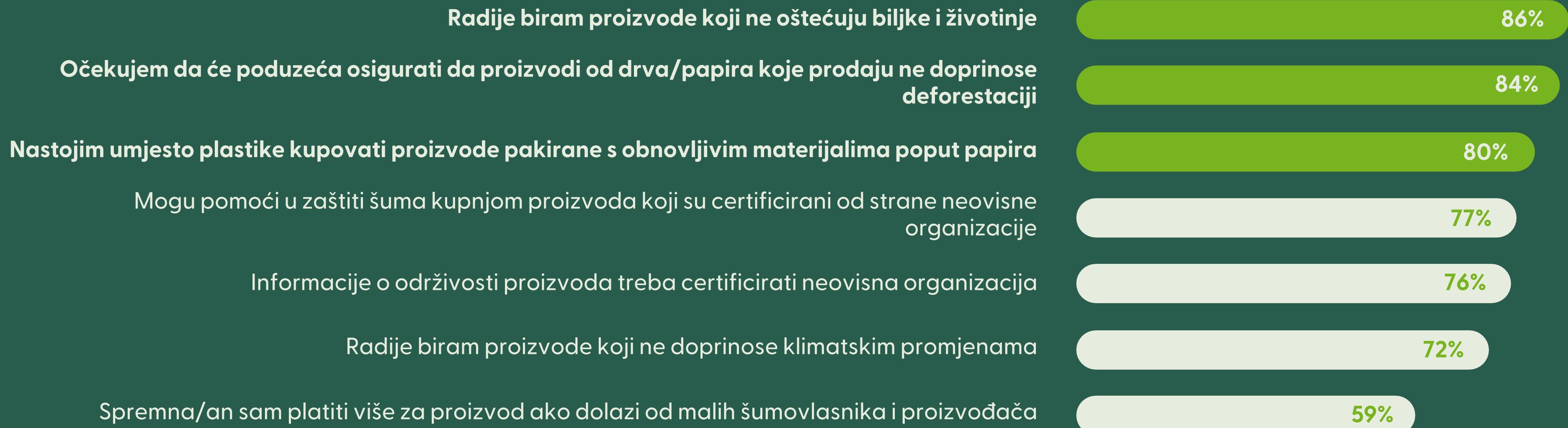




SNAŽNA POTPORA ODRŽIVOM ŠUMARSTVU

Posebno štiteći bioraznolikost, izbjegavajući deforestaciju i birajući alternativu plastici

Stavovi prema održivim šumskim proizvodima, dogovor (5+6+7 na ljestvici od 7), globalno, 2021.



P6. Koliko dobro svaka od sljedećih izjava opisuje vaše mišljenje?

Molimo koristite skalu od 1 do 7 gdje 1 znači "Uopće ne opisuje moje mišljenje", a 7 znači "Vrlo dobro opisuje moje mišljenje".

Baza: ukupni globalni uzorak (n=12 000)

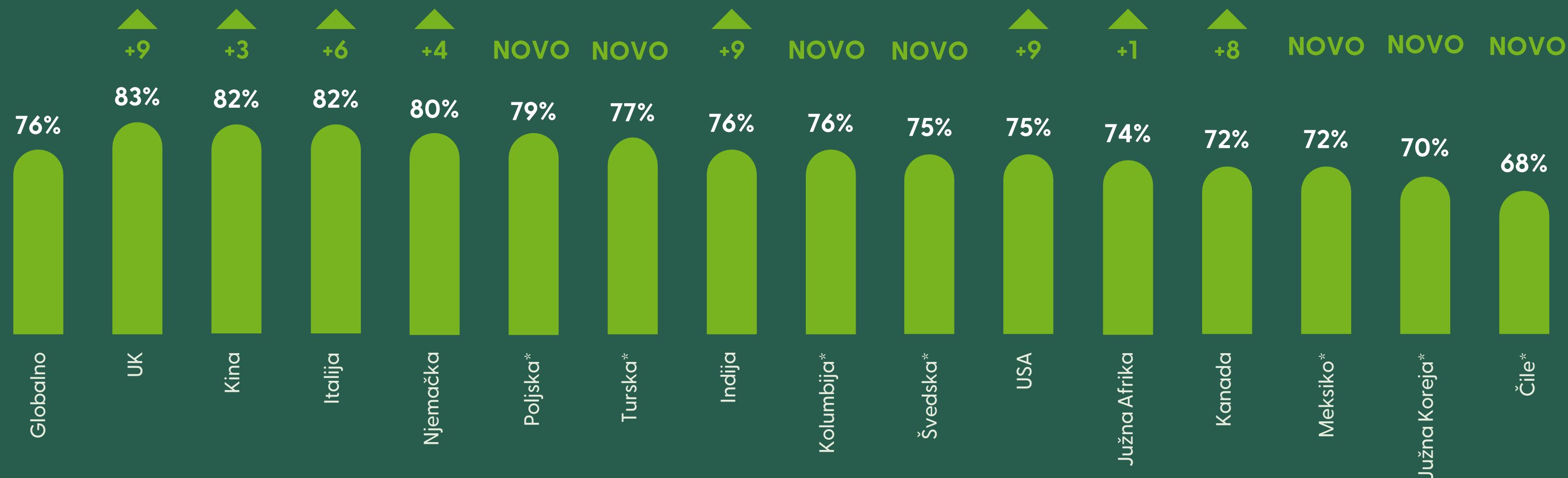


POTRAŽNJA ZA NEOVISNOM CERTIFIKACIJOM JE VELIKA NA SVIM TRŽIŠTIMA

I porasla je na većini praćenih tržišta, ponajviše u Velikoj Britaniji, Indiji, SAD-u i Kanadi

Dogovor „Informacije o održivosti proizvoda trebaju biti certificirane od strane neovisne organizacije” (5+6+7 na ljestivici od 7), po tržištu, 2021.

Promjena od 2017. prikazana je za praćena tržišta



P6. Koliko dobro svaka od sljedećih izjava opisuje vaše mišljenje?

Molimo koristite skalu od 1 do 7 gdje 1 znači "Uopće ne opisuje moje mišljenje", a 7 znači "Vrlo dobro opisuje moje mišljenje".

Baza: ukupni globalni uzorak (n=12 000) *Nova tržišta, nisu bila obuhvaćena u 2017.



POKRETAČI KUPOVINE

MOTIVATORI ZA KUPOVINU:

MaxDiff. analiza

Sljedeće stranice sažimaju nalaze istraživačkog pristupa koji se koristi za utvrđivanje potrošačevih motivacija prilikom kupovine:

1. Drvenih proizvoda kao što su drveni namještaj (npr. stolovi, stolice, ormari, police itd.), igračke, pod ili materijali za uređivanje doma / DIY materijali
2. Papira ili kartona kao što su knjige i pribor za pisanje

Pitali smo potrošače koji su atributi najvažniji, a koji najmanje važni pri kupnji pojedine vrste proizvoda. Testirani atributi uključivali su niz konvencionalnih pokretača kupovine (npr. standardni pokretači cijene, kvalitete itd.) i pokretača kupovine usmjerenih na održivost.

Odgovori su korišteni za izračunavanje najvažnijih i najmanje važnih motivatora kupovine proizvoda od drva i papira/kartona primjenom metodologije maksimalne razlike. Bodovi važnosti izračunati su za svaki atribut, ukazujući na relativnu važnost svakog atributa na ljestvici između jedan i deset (pri čemu je deset najviša potencijalna ocjena).

Uzorak ankete je podijeljen tako da su polovici ispitanika na svakom tržištu bila postavljena pitanja vezana uz drvene proizvode, a drugoj polovici pitanja vezana uz papir/karton.

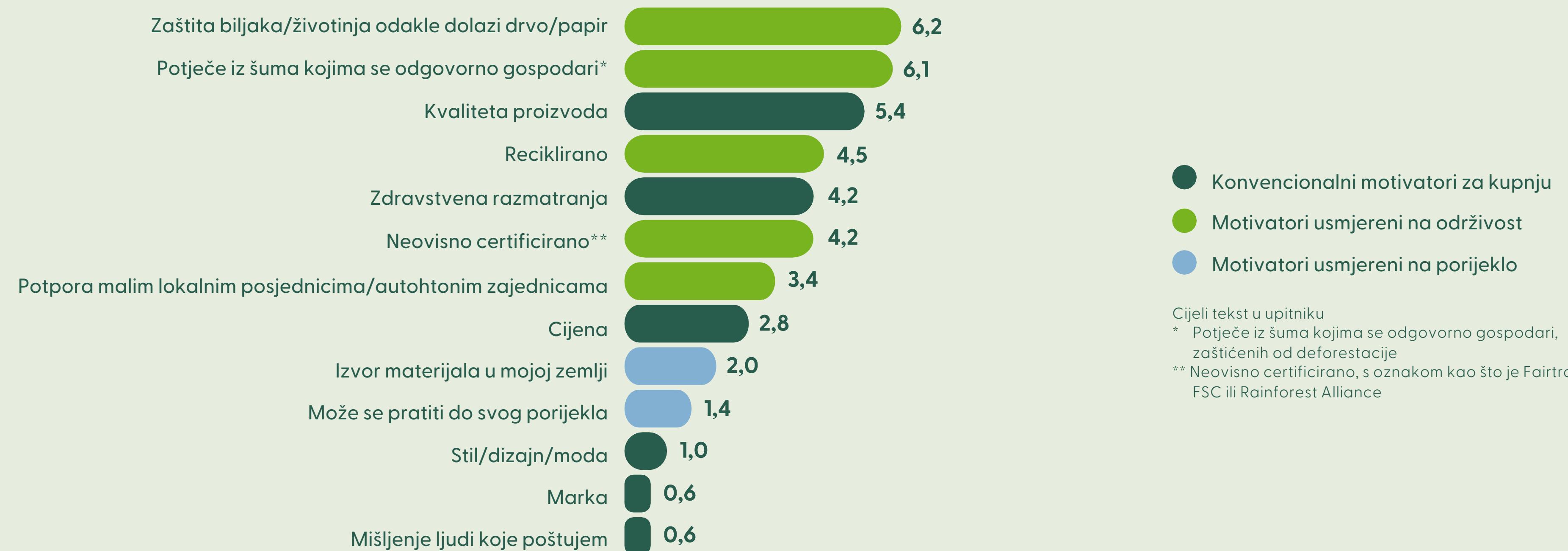
Konvencionalni motivatori za kupovinu	Marka
	Zdravstvena razmatranja
	Mišljenje ljudi koje poštujem
	Cijena
	Kvaliteta proizvoda
	Stil, dizajn, moda
Motivatori usmjereni na održivost	Neovisno certificirano
	Zaštita biljaka i životinja odakle dolazi drvo/papir
	Reciklirano
	Potječe iz šuma kojima se odgovorno gospodari, zaštićenih od deforestacije
	Potpore malim lokalnim posjednicima i autohtonim zajednicama
Motivatori usmjereni na porijeklo	Izvor materijala u mojoj zemlji
	Može se pratiti do svog porijekla



DVA NAJČEŠĆA MOTIVATORA ZA PAPIR/KARTON VEZANA SU ZA ODRŽIVOST

Bioraznolikost i odgovorno šumarstvo su ispred kvalitete i recikliranja

Motivatori: analiza maksimalne razlike, ocjena važnosti, papir ili karton, globalno, 2021.



P5b. Razmislite o proizvodima koje kupujete i koji su izrađeni od papira ili kartona, kao što su knjige i pribor za pisanje. Koji su od sljedećih faktora najvažniji, a koji najmanje važni za vašu odluku o kupovini ovih artikala?

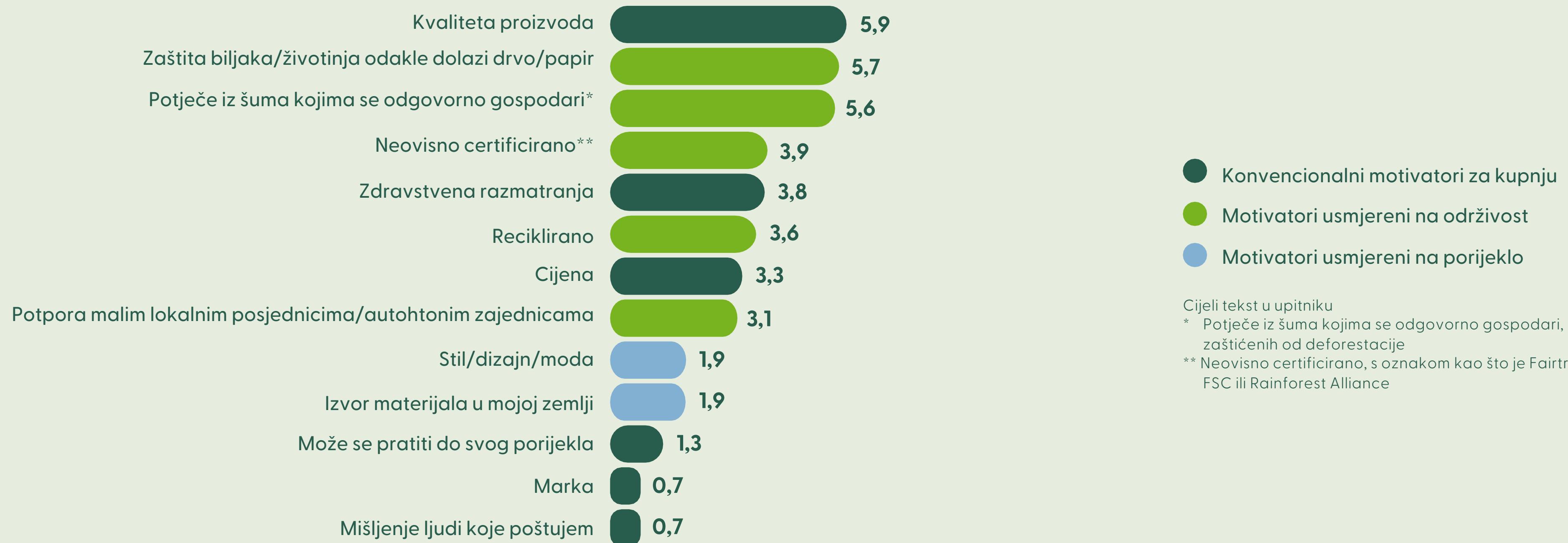
Baza: polovica globalnog uzorka (n=6002)



BIORAZNOLIKOST I ODGOVORNO ŠUMARSTVO SU ISPOD KVALITETE KAO MOTIVATORI ZA DRVENE PROIZVODE

Neovisna certifikacija također je snažan sekundarni motivator za kupovinu.

Motivatori: analiza maksimalne razlike, ocjena važnosti, drveni proizvodi, globalno, 2021.



P5a. Razmislite o drvenim proizvodima koje kupujete, kao što su drveni namještaj (npr. stolovi, stolice, ormarići, police itd.), igračke, pod ili materijali za poboljšanje doma. Koji su od sljedećih faktora najvažniji, a koji najmanje važni za vašu odluku o kupovini ovih artikala?

Baza: polovica globalnog uzorka (n=5998)

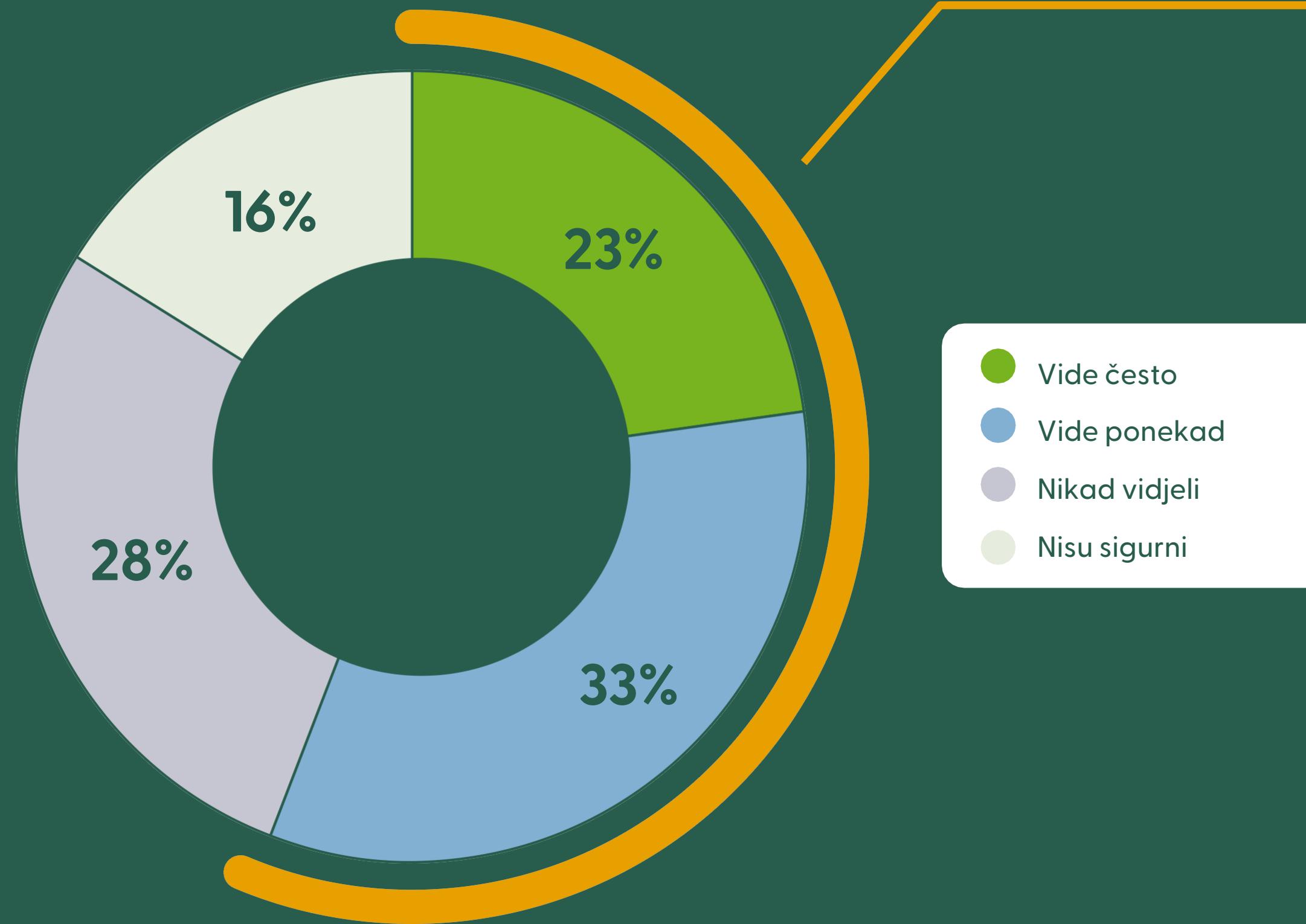


PREPOZNAVANJE FSC-A





FSC JE NAJPOZNATIJA SHEMA CERTIFIKACIJE ŠUMA



Baza: ukupni globalni uzorak (n=12 000)

56%

**globalnih potrošača
se sjećaju da su
vidjeli FSC oznaku.**

**Niti jedna druga
ispitana shema
certifikacije šuma
nije bila bolja na
globalnoj razini.**



**POVJERENJE
UFSC**





FSC IMA NAJVEĆE POVJERENJE ZA ZAŠTITU ŠUMA, IZNAD SVIH AKTERA

Povjerenje u poduzeća/marke je prilično nisko. Neto povjerenje u FSC je šest bodova ispred certifikacije općenito

Neto negativno povjerenje

Neto pozitivno povjerenje

43%

FSC

38%

Pojedinačne osobe

37%

Certifikacija općenito

37%

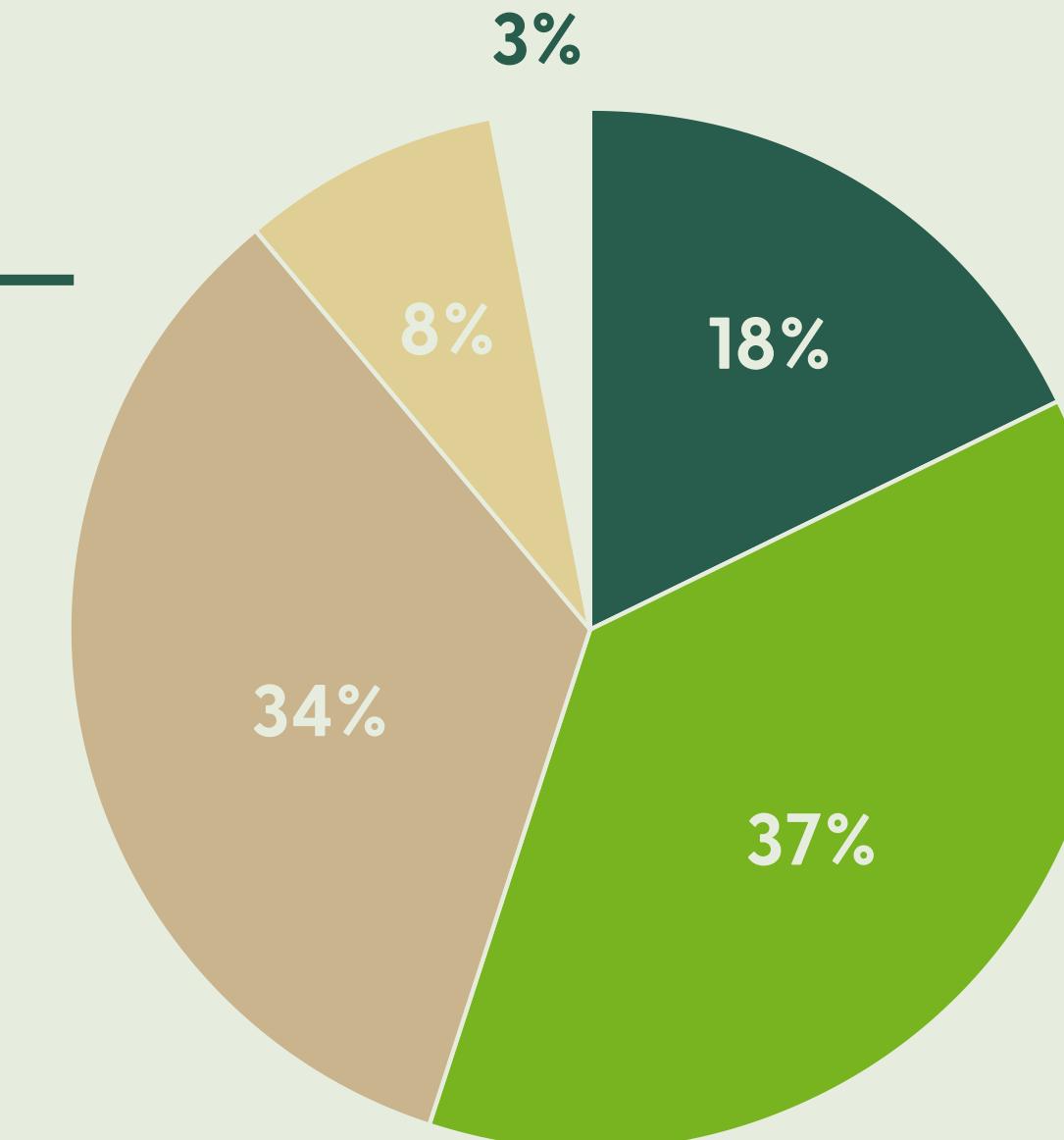
Dobrotvorne organizacije/NVO

8%

Poduzeća/marke

Vlada

-18%



● Potpuno povjerenje

● Visoko povjerenje

● Umjerenovo povjerenje

● Nisko povjerenje

● Bez povjerenja

P12. Koliko povjerenja imate u svaku od sljedećih vrsta organizacija za zaštitu šuma?

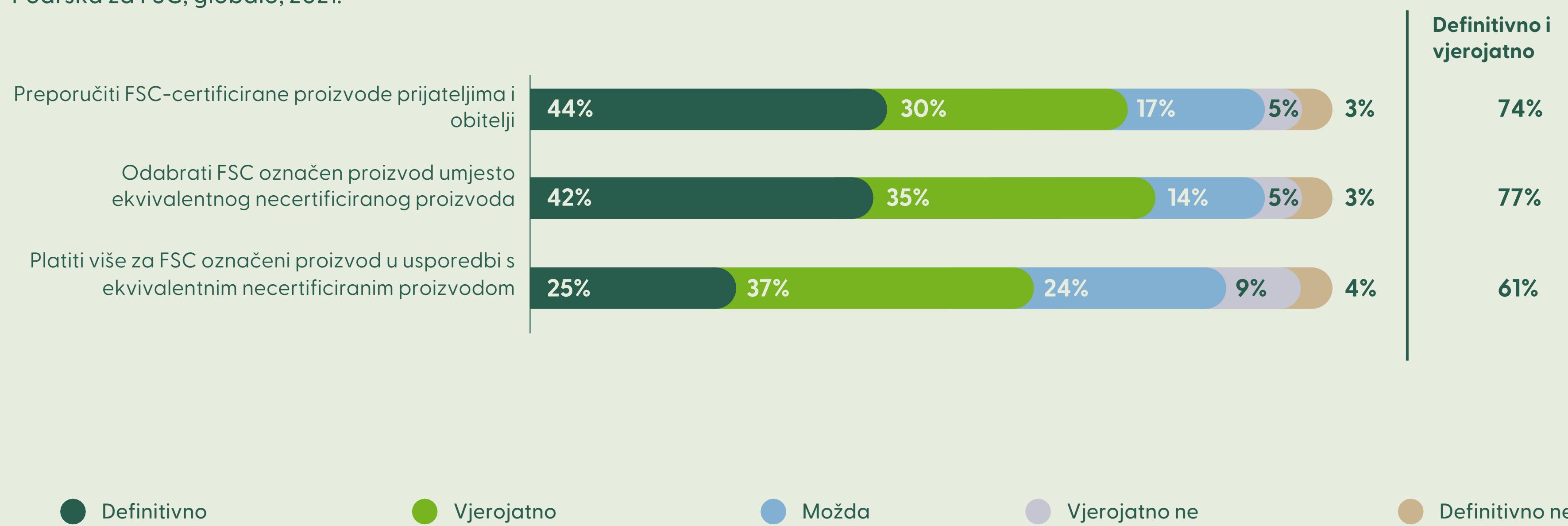
Baza: ukupni globalni uzorak (n=12 000)



VISOKE RAZINE UTJECAJA ZAGOVARANJA I KUPOVINE MEĐU ONIMA KOJI POZNAJU FSC

Više od šest od deset ispitanika kaže da bi vjerojatno platili više za FSC označen proizvod

Podrška za FSC, globalo, 2021.



KLJUČNE PORUKE

Potrošači su sve više zabrinuti u vezi pitanja održivosti – klimatskih promjena i gubitka biološke raznolikosti

- Potrošači navode klimatske promjene kao svoju drugu najvažniju brigu. Razumljivo, bolest/zdravstvena pitanja su na prvom mjestu u istraživanju
- Najveća briga među šumskim problemima za potrošače je utjecaj deforestacije na klimu i biološku raznolikost

Ta su pitanja snažno povezana sa šumama i ključni su pokretači kupovine šumskih proizvoda – šume su ključna poveznica za potrošače s održivošću

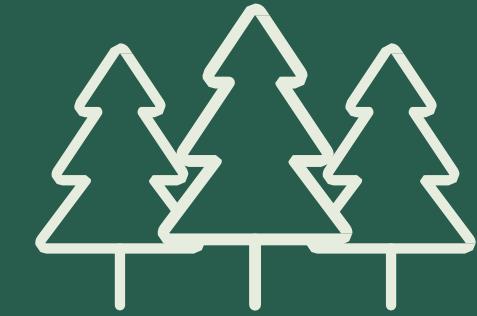
- Potrošači sada smatraju klimatske promjene i gubitak biološke raznolikosti dva glavna pokretača kupovine proizvoda na bazi papira – čak i iznad kvalitete i cijene
- Više od polovice svjetskih potrošača sjeća se da su vidjeli FSC logotip, a 69% kupaca kaže da ih FSC oznaka motivira da kupe proizvod

Potrošači snažno vjeruju u važnost certifikacije i to uvjerenje raste

- Više od 76% vjeruje da informacije o održivosti proizvoda trebaju biti certificirane od strane neovisne organizacije
- U usporedbi s izvješćem za 2017., ova brojka je porasla na svim praćenim tržištima – najviše je rasla u Kanadi, Indiji, Italiji, Velikoj Britaniji i SAD-u

U tom kontekstu, FSC je jasan lider u pogledu prepoznavanja i povjerenja u certifikaciju šumskih proizvoda

- FSC je globalno najprepoznatljivija oznaka certifikacije šuma – 56% potrošača se sjećaju da su vidjeli FSC logotip
- 54% potrošača izražava visoku razinu povjerenja u ulogu FSC-a u zaštiti šuma. Štoviše, FSC-u se najviše vjeruje u zaštiti šume iznad svih aktera, uključujući druge certifikacije, nevladine organizacije, vlade i poduzeća/marke



FSC je svjetski
najpriznatiji i
najpouzdaniji sustav
certifikacije šuma za
zaštitu svjetskih šuma



GlobeScan je savjetovanje o uvidima i strategiji, usmjereni na pomoć našim klijentima u izgradnji dugoročnih odnosa povjerenja sa svojim dionicima. Nudeći niz stručnih istraživanja i savjetodavnih usluga, surađujemo s poslovni, nevladinim i vladinim organizacijama kako bismo ispunili strateške ciljeve u pogledu ugleda, održivosti i svrhe.

Osnovan 1987., GlobeScan ima urede u Cape Townu, Hong Kongu, Londonu, Parizu, San Franciscu, São Paulu i Torontu, te je sudionik UN-ovog Global Compact-a i Certified B Corporation.

www.globescan.com



Šume održavaju život na zemlji i moraju biti zaštićene. Zato Forest Stewardship Council™ (FSC®) – neprofitna članska organizacija koja pokriva preko 200 milijuna hektara certificiranih šuma – postoji kako bi pružila rješenje za održivo gospodarenje šumama u koje vjeruju nevladine organizacije, potrošači i poduzeća kako bi zaštitile zdrave i otporne šume za sve, zauvijek.

Kao najpriznatiji, najpouzdaniji i najrigorozniji sustav certifikacije šuma, FSC-ova oznaka "kvačica i drvo" koja se nalazi na milijunima proizvoda diljem svijeta – potvrđuje održivi izvor od šume do potrošača. FSC-ova norma odgovornog šumarstva, povezana sa strogom certifikacijom lanca sljedivosti, provjeroeno je rješenje za suočavanje s današnjim izazovima klime i biološke raznolikosti. To znači da odabir FSC-a pomaže u zaštiti budućnosti šuma i zajednica koje o njima ovise.

Pridružite se našoj misiji u zaštiti svjetskih šuma.

www.fsc.org



FORESTS[®]
FOR ALL
FOREVER

HVALA VAM

Za sva pitanja o ovom istraživanju, molimo kontaktirajte
marketing@fsc.org

