Warszawa, 30 lipca 2021 r.

**Jakość w cenie**

**Co sprawia, że zakupy uznajemy za udane i chętnie sięgamy po dany towar kolejny raz? Najniższa cena, przywiązanie do konkretnej marki, łatwa i szybka dostępność, a może znalezienie produktu idealnie wpasowującego się w nasze oczekiwania i preferencje? Jak wynika z najnowszych badań Open Research, polscy konsumenci coraz częściej podejmują decyzje zakupowe w oparciu o jakość produktów[[1]](#footnote-1).**

Aktualny raport wydany przez Agencję Badania Rynku i Opinii Open Research wykazuje, że w odniesieniu do wcześniejszych wyników z 2017 roku, obecny rok przyniósł znaczny wzrost liczby konsumentów, która wybiera dobre jakościowo produkty w równie korzystnej cenie. Aktualnie grupa ta liczy 34% kupujących, przy czym w 2017 roku stanowiła ona 26% badanych. Jednocześnie jest to obecnie największy segment wśród pięciu różnych grup konsumentów przedstawionych w raporcie. Zaliczają się do niego w większości osoby mieszkające w dużych miastach, w przedziale wiekowym pomiędzy 25 a 44 rokiem życia[[2]](#footnote-2).

**Więcej świadomych konsumentów**

Wzrost liczby konsumentów, dla których oprócz atrakcyjnej ceny liczy się również jakość kupowanych towarów powoduje, że ze sklepowych półek coraz częściej znikają jako pierwsze te lepszej jakości, wyselekcjonowane produkty.

– *W Polsce z roku na rok przybywa więcej świadomych i wymagających konsumentów, których satysfakcjonują już nie tylko niskie ceny wybranych towarów. W ostatnich latach mogliśmy zauważyć, że nasi klienci zwracają coraz większą uwagę na wysoką jakość produktów. Dbałość o tę kwestię jest dla nas priorytetem* – komentuje **Stephane Tikhomiroff**, Dyrektor Generalny Perfetti Van Melle Polska.

Wysokogatunkowe towary mają korzystny wpływ na budowanie pozytywnego wizerunku marki wśród konsumentów. Dobry jakościowo produkt zapewnia poszczególnym brandom większe zainteresowanie. Potwierdzają to badania, w których 88% ankietowanych uważa, że wysoka jakość produktu przyczynia się do zwiększania jego popularności[[3]](#footnote-3).

**KONTAKT DLA MEDIÓW:**

Emilia Potocka

Biuro prasowe Perfetti Van Melle Polska

e.potocka@synertime.pl

tel. kom.: 668 132 416

1. ,2 *Raport „Shoppers Perspective 2021” przygotowany przez Agencję Badania Rynku i Opinii Open Research, URL:* [*https://raporshoppersperspective2021.openresearch.pl*](https://raporshoppersperspective2021.openresearch.pl) [↑](#footnote-ref-1)
2. [↑](#footnote-ref-2)
3. *3 Dominik Zimon, Łucja Gawron-Zimon, Karolina Szczygieł, „Wpływ jakości produktów na zachowania konsumentów”, URL:* [*https://www.researchgate.net/publication/305210395\_Wplyw\_jakosci\_produktow\_na\_zachowania\_konsumentow*](https://www.researchgate.net/publication/305210395_Wplyw_jakosci_produktow_na_zachowania_konsumentow) [↑](#footnote-ref-3)