



INFORMACJA PRASOWA 16.10.2017

## **Polacy chcą zapłacić więcej za produkt firmy rodzinnej**

**Za jakie produkty lub usługi Polacy są gotowi zapłacić więcej? Co skłania ich do zakupu? Odpowiedzi na te pytania zawiera opublikowany 16 października raport „Polacy o Firmach Rodzinnych. Firmy zbudowane na zaufaniu”. Raport ujawnia również, że wśród różnych profesji, największym zaufaniem Polaków cieszą się przedsiębiorcy rodzinni, a najlepiej rozpoznawalnymi markami rodzinnymi są Grycan, Koral i Tarczyński.**

### **Wysoka jakość i polskie pochodzenie**

Niemal 40% Polaków jest skłonnych kupić droższy z dwóch podobnych produktów, jeśli będzie on pochodził z firmy rodzinnej. Spośród nich, prawie 30% deklaruje, że jest gotowych zapłacić różnicę w cenie wynoszącą więcej niż 10%.

Gotowość dopłaty związana jest z podejmowaniem przez Polaków coraz bardziej świadomych decyzji zakupowych. Oznacza to, że zwracają oni uwagę na to, przez kogo został wyprodukowany dany produkt. Okazuje się, że najważniejszą zachętą do wyboru producentów rodzinnych jest przekonanie konsumentów co do wysokiej jakości oraz polskiego pochodzenia towaru. 60% Polaków, którzy kiedykolwiek kupili produkt firmy rodzinnej wierzy, że w takim przedsiębiorstwie o poziom jakości produktów dba sam właściciel. Kolejnym czynnikiem zachęcającym do zakupu produktu firmy rodzinnej okazała się ich polskość. W 2016 roku takiej odpowiedzi udzielił co czwarty z respondentów, którym zadano to pytanie, rok później – już co drugi. Wśród młodych Polaków (do 24 lat) bardzo ważnym elementem okazało się także przekonanie o sprawiedliwym traktowaniu pracowników w firmach rodzinnych.

### **Ufamy rodzinnym**

Polacy, zapytani o najbardziej rozpoznawalne firmy rodzinne w Polsce, już po raz czwarty wskazali firmę Grycan (12,2%). Na drugim miejscu, trzeci raz z rzędu, znalazła się firma Koral (4,8%), za nią – Tarczyński (2,9%). Ankietowani wymienili również takie firmy jak. Dr Irena Eris, Oknoplast czy Adamed. Raport pokazuje też, że przedsiębiorca rodzinny jest profesją, która cieszy się największym zaufaniem Polaków – taką odpowiedź wskazała ponad połowa badanych. Na wysokich pozycjach znaleźli się także sprzedawcy w sklepie (39,4%) oraz dziennikarze radiowi (29,7%). Niżej plasują się przedstawiciele profesji, które uchodzą zwykle za zawody zaufania publicznego: księdzu ufa 25% z nas, urzędnikowi – 22%. Co więcej, informacja, że sklep jest prowadzony przez firmę rodzinną skłoniła by 48%

respondentów do częstszych zakupów w tym sklepie. W grupie badanych do 24 lat, gotowość taką zadeklarowało aż 53%.

### **Moc polecenia**

Polacy chętnie polecają najbliższym i znajomym produkty i usługi, z których są zadowoleni. Połowa (49,9%) twierdzi, że robi to zawsze, a prawie drugie tyle osób (47,8%) przyznaje, że robi tak czasem. Według danych z raportu, dla ponad połowy z nich (51,2%) fakt, że polecany produkt pochodzi z firmy rodzinnej ma dodatkowe znaczenie przy udzielaniu rekomendacji. Co ciekawe, ma to większe znaczenie dla mężczyzn (53%) niż dla kobiet (49%). Wśród mieszkańców poszczególnych województw, największy odsetek udzielających rekomendacji z uwzględnieniem rodzinnego charakteru producenta lub usługodawcy znajdziemy w województwie opolskim. W sumie aż w dziewięciu województwach udział osób chętniej rekomendujących produkty firm rodzinnych przekracza połowę respondentów.

### **Siła drzewka**

Aby ułatwić konsumentom odnalezienie produktów pochodzących z firm rodzinnych, Fundacja Firmy Rodzinne stworzyła znak towarowy „Drzewko firma rodzinna”. W tym roku po raz pierwszy sprawdzono jego rozpoznawalność. Okazuje się, że aż 29% Polaków spotkało się do tej pory ze znakiem Drzewka.

*– W tej chwili ze znaku Drzewka korzysta już 650 firm rodzinnych w Polsce. To sprawia również, że kolejne firmy zauważają je i ubiegają się o licencję do znaku w coraz szybszym tempie. Prawo do używania wspólnej identyfikacji jest bezpłatne i dla bezpieczeństwa użytkowników oraz odbiorców zostało opatentowane. Drzewko działa – jest prostym sposobem ekspresji najważniejszych wartości związanych z rodzinną przedsiębiorczością, czyli tradycji, uczciwości i odpowiedzialności na pokolenia. Warto zaufać Drzewku, ponieważ sady się je nie dla siebie, a dla następnych generacji – wyjaśnia Katarzyna Gierczak Grupińska*

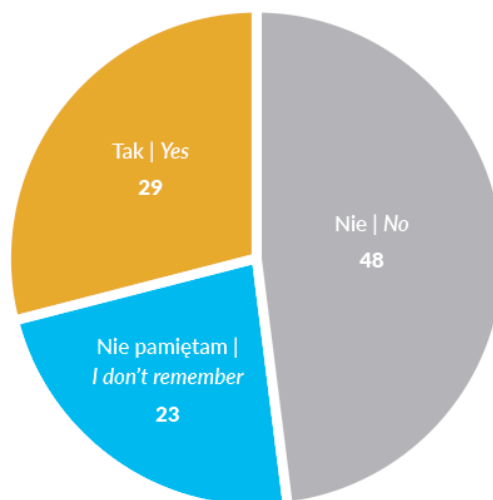


Czy kiedykolwiek widziałaś/widziałeś ten znak?

(dane w %)

Have you ever seen this sign?

(data presented in %)

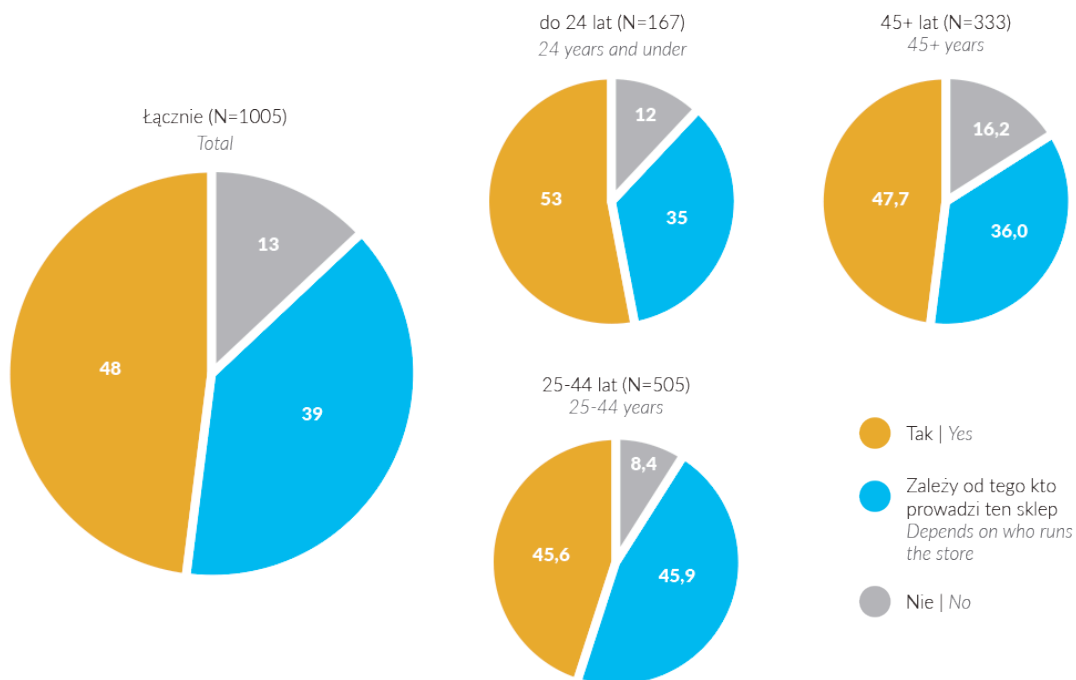


Czy informacja o tym, że sklep w którym robisz zakupy jest prowadzony przez rodzinę skłoniłaby Ciebie do częstszych zakupów w tym miejscu?

(dane w %)

Would information that a shop you frequent is run by a family encourage you to do shopping there more often?

(data presented in %)



Czy byłbyś/byłabyś w stanie zapłacić więcej za produkt firmy rodzinnej niż za porównywalny produkt, ale z firmy, która nie deklaruje swojej rodzinności i tradycji?

(dane w %)

Would you be able to pay more for a product of a family company than a comparable product of a company which does not declare its family character and tradition?

(data presented in %)

(N = 1005)



● Tak | Yes    ● Nie | No    ● Nie mam zdania | I have no opinion

(N = 376)



● mniej niż 5% less than 5%    ● 5-10%    ● 11-15%    ● 16-20%  
 ● więcej niż 20% more than 20%    ● Trudno powiedzieć Hard to say

Czy polecasz swojej rodzinie i znajomym produkty i usługi, których używasz i jesteś zadowolony/zadowolona?

(N=1005, dane w %)

Do you recommend to your friends and family product and services you are using and are satisfied with?

(N=1005; data presented in %)

Łącznie (N = 1005)  
Total



Kobiety (N = 527)  
Female



Mężczyźni (N = 478)  
Male



● Zawsze/ Always    ● Czasem/ Sometimes    ● Nigdy/ Never    ● Trudno ocenić/ Hard to say

Czy fakt, że dany produkt lub usługa pochodzi z firmy rodzinnej ma dodatkowe znaczenie przy udzielaniu takich rekomendacji?

(N=1005, dane w %)

Łącznie (N = 992)  
Total



Kobiety (N = 523)  
Female



Mężczyźni (N = 469)  
Male



● Tak | Yes    ● Czasem Sometimes    ● Nie | No

Raport Do pobrania z linku na stronie FFR:

[www.ffr.pl/](http://www.ffr.pl/)

**Dodatkowe informacje:**

Małgorzata Stromczyńska

[biuro@ffr.pl](mailto:biuro@ffr.pl)

694 191647

\*\*\*\*\*

Fundacja Firmy Rodzinne (FFR) jest organizacją, która bezinteresownie wspiera firmy rodzinne tworząc przestrzeń do wzajemnej wymiany doświadczeń i integracji środowiska. Poprzez dobre relacje, wspieranie oraz promowanie wspólnych działań, umocnić siłę przedsiębiorczych rodzin.

[www.FFR.pl](http://www.FFR.pl)