Warszawa, 23 kwietnia 2020 r.

**Żywność w dobie COVID-19 a obawy konsumentów**

**Jak pokazują wyniki badania sondażowego[[1]](#footnote-1) przeprowadzonego przez agencję PR Hub i Wydział Nauk o Zdrowiu Warszawskiego Uniwersytetu Medycznego, w przeważającej części społeczeństwa istnieją obawy związane z wirusem SARS-CoV-2 i jego wpływem na bezpieczeństwo produktów spożywczych oraz ich opakowań. Obawy te mają istotny wpływ na postawy i zachowania konsumentów, zmieniając ich zwyczaje zakupowe. Biorąc pod uwagę wyniki badania, warto rozważyć podjęcie przez branżę spożywczą oraz retail działań edukacyjnych, które pozwolą konsumentom na łatwiejsze zaadoptowanie się do nowej sytuacji.**

64% badanych jest zdania, że świeża żywność może być źródłem kontaktu z wirusem SARS-CoV-2. Jeszcze więcej osób, bo blisko 75% odpowiedziało, że takim źródłem może być opakowanie produktów spożywczych. To oznacza, że około ¾ badanych osób uważa, że podczas kontaktu z produktami spożywczymi może dojść do zarażenia koronawirusem. Niestety badanie sondażowe pokazało również, że większość z respondentów czuje się mocno niedoinformowana, w jaki sposób należy postępować z poszczególnymi produktami spożywczymi, aby skutecznie i w sposób bezpieczny – dla siebie i samej żywności – pozbyć się wirusa z jej powierzchni.

*Chcieliśmy sprawdzić, jak w dobie pandemii COVID-19 żywność postrzegana jest przez konsumentów. Wyniki badania wyraźnie zarysowały dwa kierunki. Z jednej strony pomimo jasnej deklaracji FDA[[2]](#footnote-2) o nie stwierdzeniu powiązań między chorobą COVID-19, a żywnością, Polacy mocno wiążą produkty spożywcze z możliwością zarażenia się wirusem SARS-CoV-2. Z drugiej strony duża część z nich wykazuje się ogromnym poczuciem deficytu wiedzy, czyli deklaruje, że nie wie, jak w obecnej sytuacji postępować z produktami spożywczymi i ich opakowaniami. Odpowiednio odpowiedzi „nie” lub „nie wiem” w przypadku pieczywa było 65,6%; produktów świeżych, niepakowanych 64,8%, a dla opakowań produktów spożywczych 57,8%* –powiedziała **Emilia Hahn, Prezes Zarządu agencji PR Hub.**

Badanie pokazało, iż większość osób czerpie informacje o obecnej sytuacji z ogólnoinformacyjnych portali internetowych (62%), telewizji (35%), z social mediów od znajomych (13%). Istotnym źródłem informacji są dla Polaków również portale rządowe (23%).

*Jak wiemy możliwość, że dana osoba zachoruje na COVID-19, dotykając powierzchni lub obiektu, na którym jest wirus, a następnie dotykając własnych ust, nosa lub ewentualnie oczu nie jest uważane przez środowiska naukowe za główny sposób rozprzestrzeniania się wirusa. Niemniej nie możemy ignorować faktu, że tak duża liczba osób inaczej postrzega sytuację i deklaruje niewiedzę w zakresie postępowania z produktami spożywczymi. U części osób (21%) obawy te są na tyle duże, że deklarują one ograniczenie zakupu produktów pochodzących z krajów ze stwierdzoną największą liczbą zachorowań. Duża część badanych potwierdziła również, że pandemia COVID-19 już wpłynęła na ich zwyczaje zakupowe. Aż 83% badanych deklaruje, że robi zakupy rzadziej, 41% potwierdza, że zrobiło zapasy, 14% ograniczyło zakup produktów świeżych, blisko 28% deklaruje, że wybiera tylko produkty najbardziej niezbędne. Jedynie 8,9% stwierdziło, że obecna sytuacja nie miała wpływu na zachowania zakupowe –* wyjaśnia dr hab. n. o zdr. **Mariusz Panczyk adiunkt Zakładu Edukacji i Badań w Naukach o Zdrowiu WUM** i dodaje *– z tego względu, w ramach naszego partnerstwa z PR Hub zdecydowaliśmy się wspólnie zrealizować działania komunikacyjne, których celem jest uspokojenie zdefiniowanych obaw konsumentów, a także rozwianie wszelkich niewiadomych dotyczących postępowania z żywnością w obecnym czasie*.

Badanie przeprowadzone zostało metodą CAWI na grupie 2 176 osób, z których 67,9% deklarowało wyższe wykształcenie, a 30,1% % średnie. Główną grupę wiekową stanowiły osoby pomiędzy 18 a 45 rokiem życia (dokładnie: 29,6% *–* 18-25 lat; 29,7% *–* 26-35 lat; 26,3% *–* 36-45 lat). Blisko 60% stanowiły osoby mieszkające w miastach wojewódzkich, po około 13% w miastach średnich i małych, 14% mieszkańcy wsi.

**Kontakt dla mediów:**

Marta Radomska

Account Manager PR Hub

Marta.radomska@prhub.eu

tel. +48 600 414 634

www.prhub.eu

<http://www.prhub.eu>

[](http://www.linkedin.com/company/pr-hub-sp-z-o-o/)

[](http://www.facebook.com/PRHubagencja/)

**PR Hub** świadczy wysokiej jakości usługi z obszaru PR i public affairs. Dbamy o wizerunek naszych klientów w wymagającej, dynamicznie zmieniającej się rzeczywistości rynkowej i cyfrowym świecie. Kreujemy możliwości, budujemy narracje, kreślimy strategie z wykorzystaniem tradycyjnych i innowacyjnych narzędzi komunikacji. Ściśle współpracujemy z liderami opinii i kluczowymi dla organizacji grupami otoczenia.

**Wydział Nauk o Zdrowiu WUM** jest jednym z największych tego typu wydziałów w Polsce, gdzie i kształci się obecnie około 4000 studentów na 5 kierunkach studiów (m.in. dietetyka, pielęgniarstwo, zdrowie publiczne). Wydział realizuje strategię społecznej odpowiedzialności nauki i prowadzi szeroką działalność edukacyjną   
i popularyzatorską organizując kampanie społeczne, ogólnodostępne wykłady i zajęcia, obejmując patronatem licea czy włączając się w aktywność Festiwalu Nauki oraz Pikniku Naukowego.

1. Żywność w dobie pandemii COVID-19 i rozprzestrzeniania się koronawirusa (SARS-CoV-2); badanie sondażowe zrealizowane przez agencję PR Hub i Wydział Nauk o Zdrowiu Warszawskiego Uniwersytetu Medycznego w kwietniu 2020 r., grupa 2 176, metoda CAWI [↑](#footnote-ref-1)
2. FDA. Food Safety and the Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) [March 17, 2020] [↑](#footnote-ref-2)