



Група на Прогресивния алианс на
социалистите & демократите
в Европейския Парламент

Национално представително социологическо проучване на тема **„Обществени нагласи към въвеждането на термин за качество „планински продукт“ в България**

Това проучване е финансирано от Групата на Прогресивния алианс на социалисти и демократи в Европейския парламент по предложение и инициатива на г-н Момчил Неков, член на ЕП, Комисия по земеделие и развитие на селските райони.

Април
2018



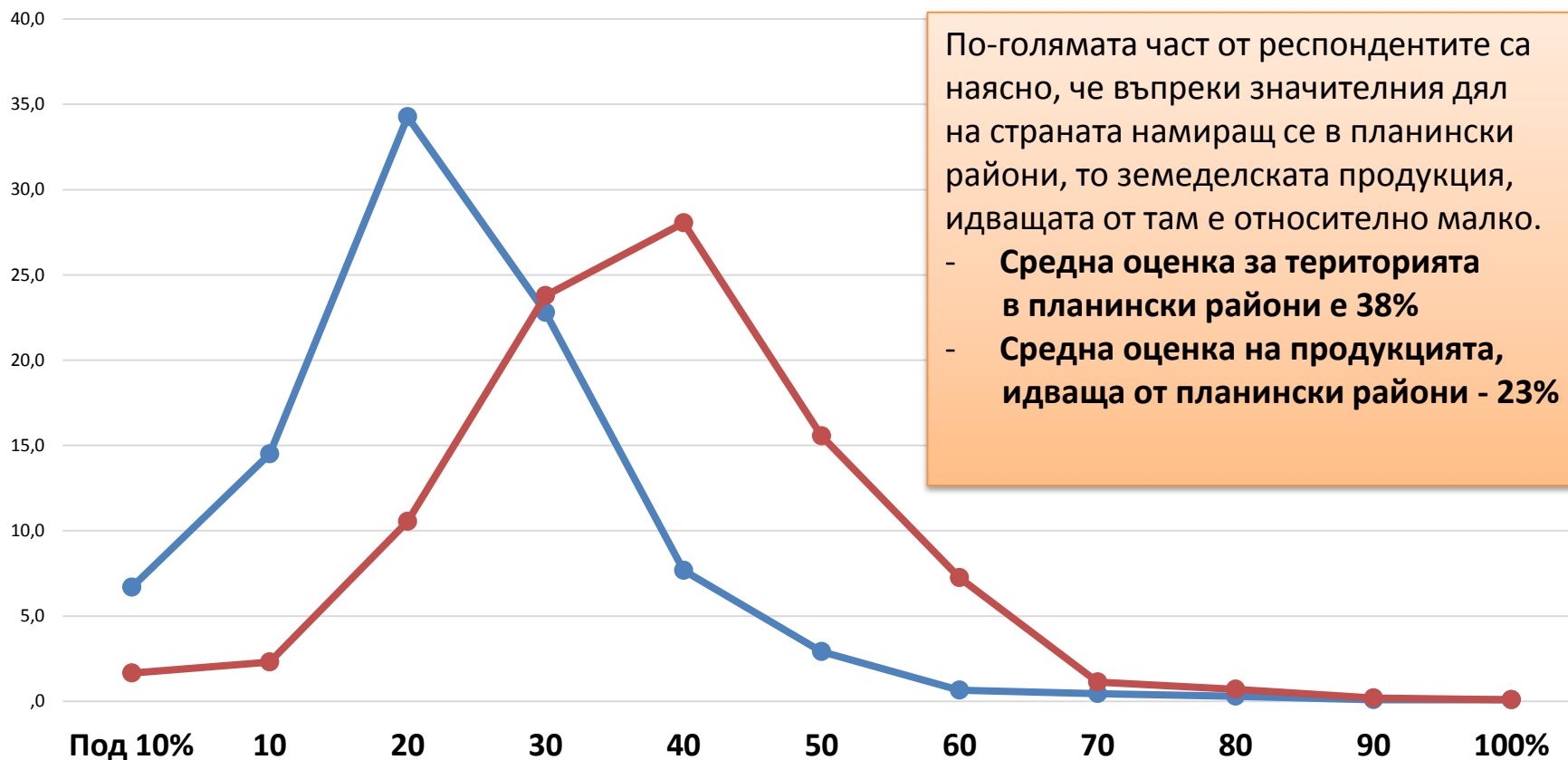
**Агенция за социални
и маркетингови изследвания**

Методическа рамка:

Период на провеждане:	9 – 14 март 2018 г.
Обем:	1038 респондента
Представителност:	За пълнолетното население на Република България
Териториален обхват:	Национален – Столица, областни центрове, малки градове и села
Метод на регистрация:	Стандартизирано интервю, лице в лице в дома на респондента, използвайки метода CAPI
Модел на извадката:	Двустепенна, гнездова; балансирана по община, тип населено място и възраст
Метод на подбор:	Случайно избрани адреси, с подбор на респондентите, стратифицирани по тип населено място

Опитайте се да предположите за България какъв е дялът на: (в % от всички интервюирани)

- Земеделска продукция, произвеждана в планината
- Територията, намираща се в планински райони



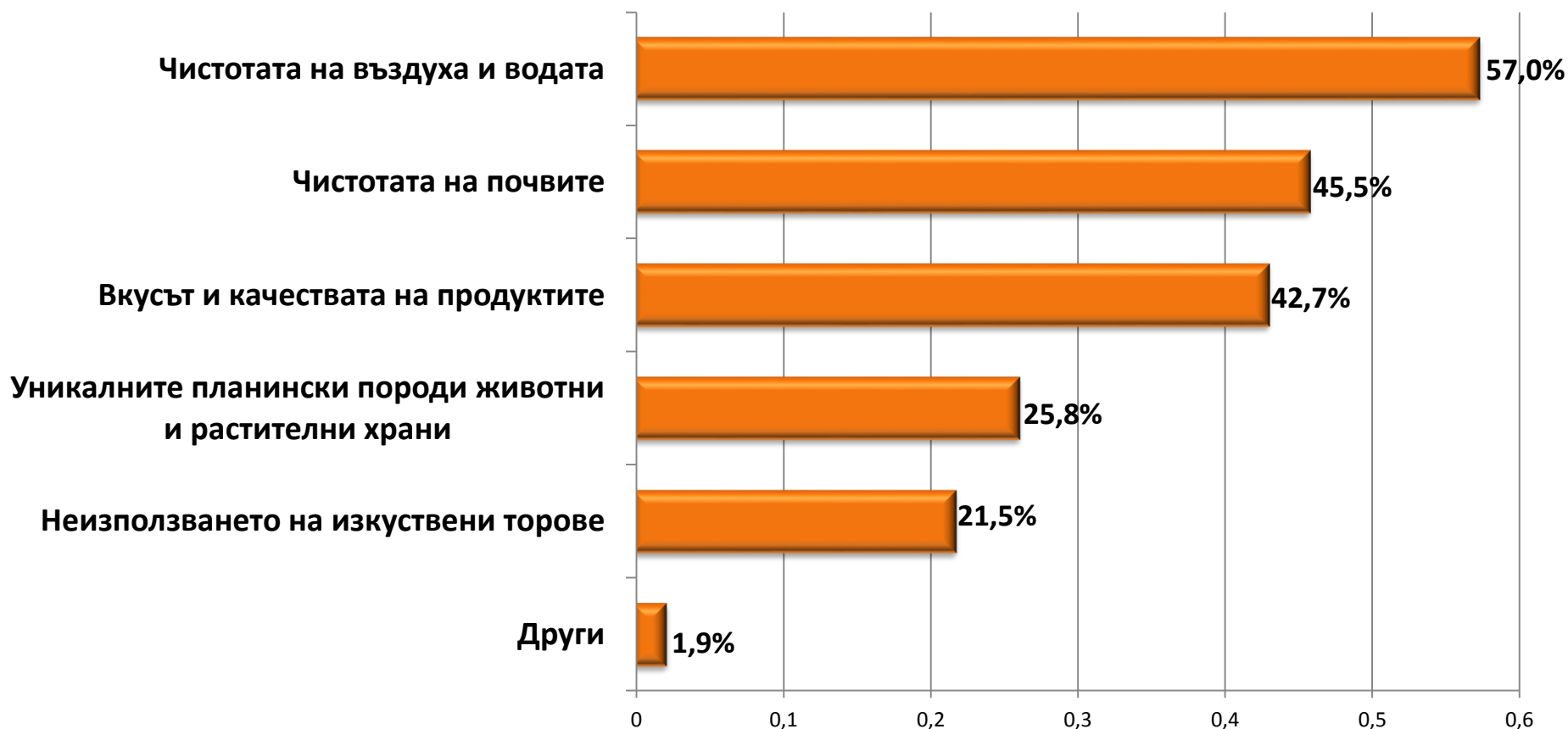
Според вас достатъчно ли е това производство, като се имат предвид природните дадености на нашата страна? (в % от всички интервюирани)

Едва 18 % от запитаните
смятат, че производството в
планински райони е напълно
или по-скоро достатъчно,
имайки предвид природните
дадености у нас.

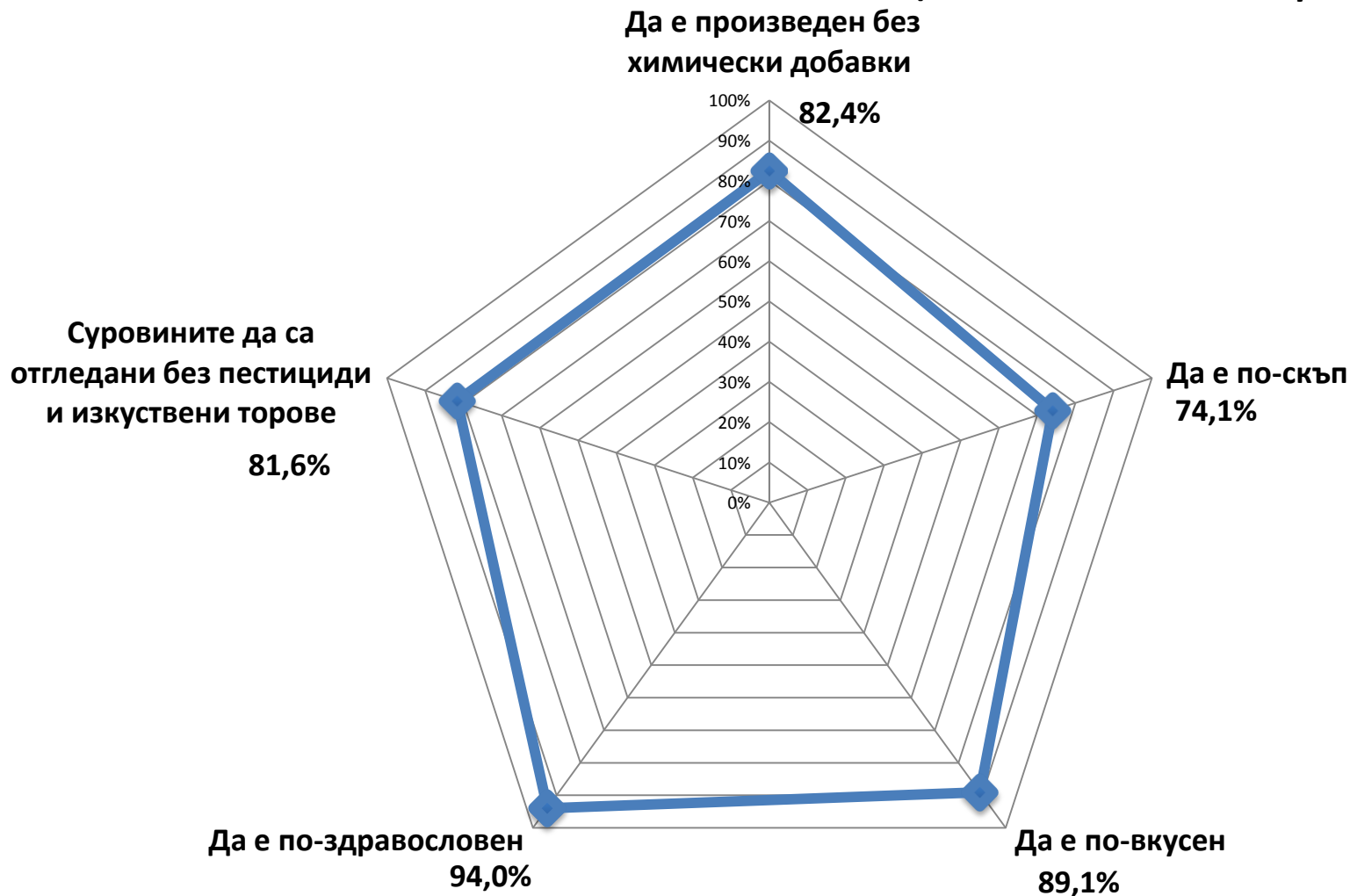


Според вас кои са двете най-големи предимства на продуктите от планинските райони?*

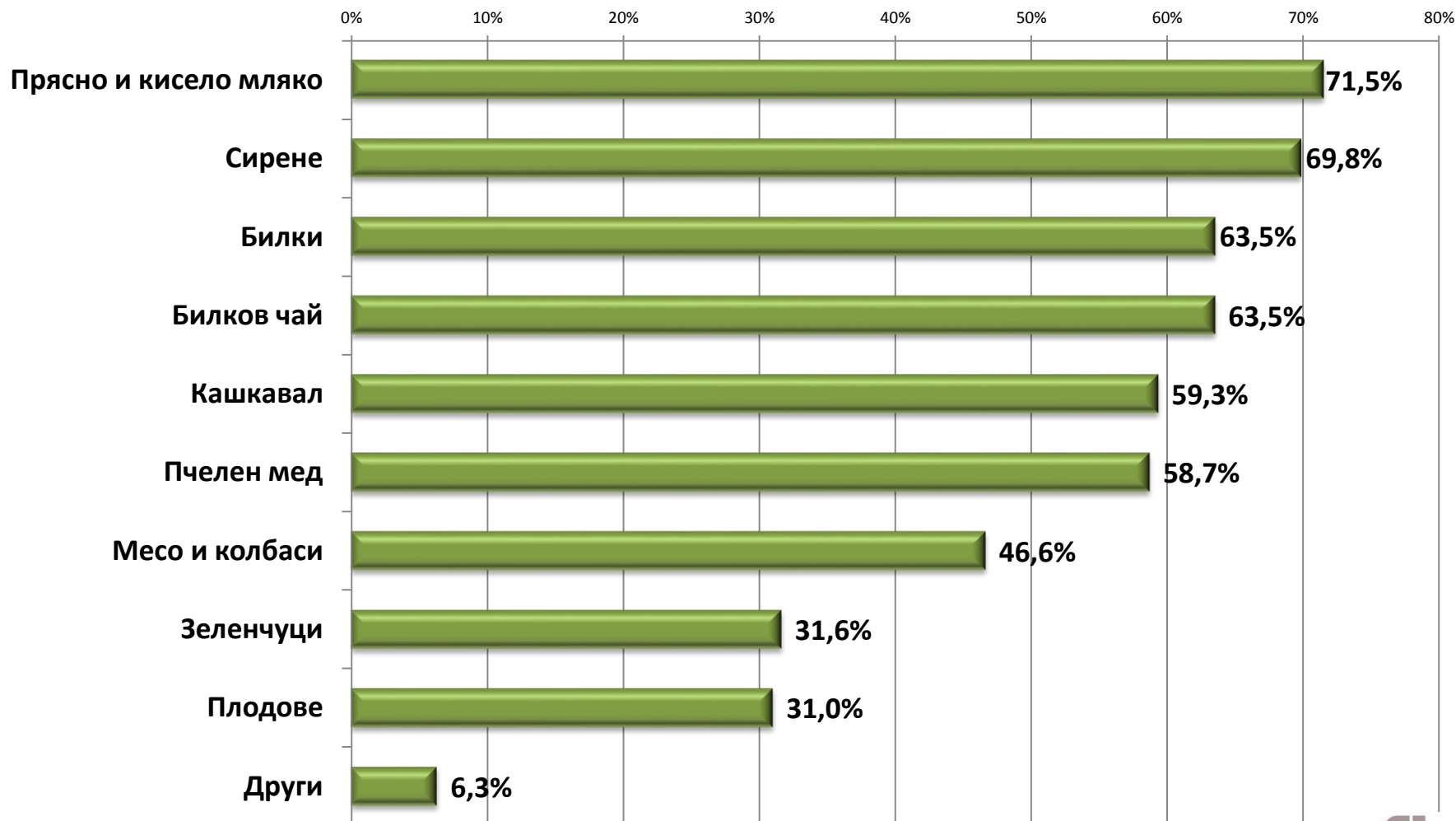
(в % от всички интервюирани)



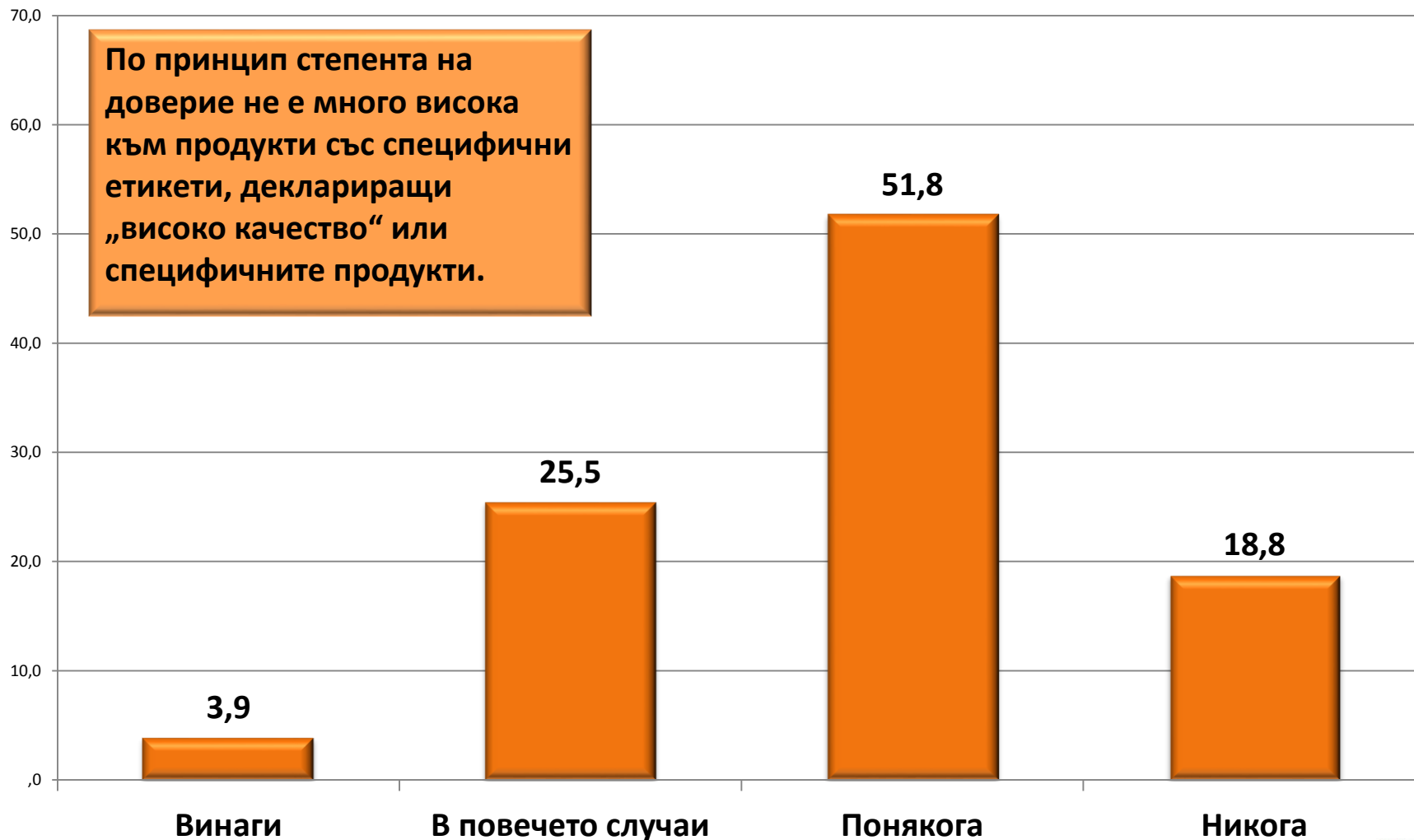
Когато за даден продукт се каже, че е с планински произход, кои от следните качества очаквате той да притежава? (в % от всички интервюирани)



Какви продукти свързвате с понятието "планинско земеделие"? (в % от всички интервюирани)



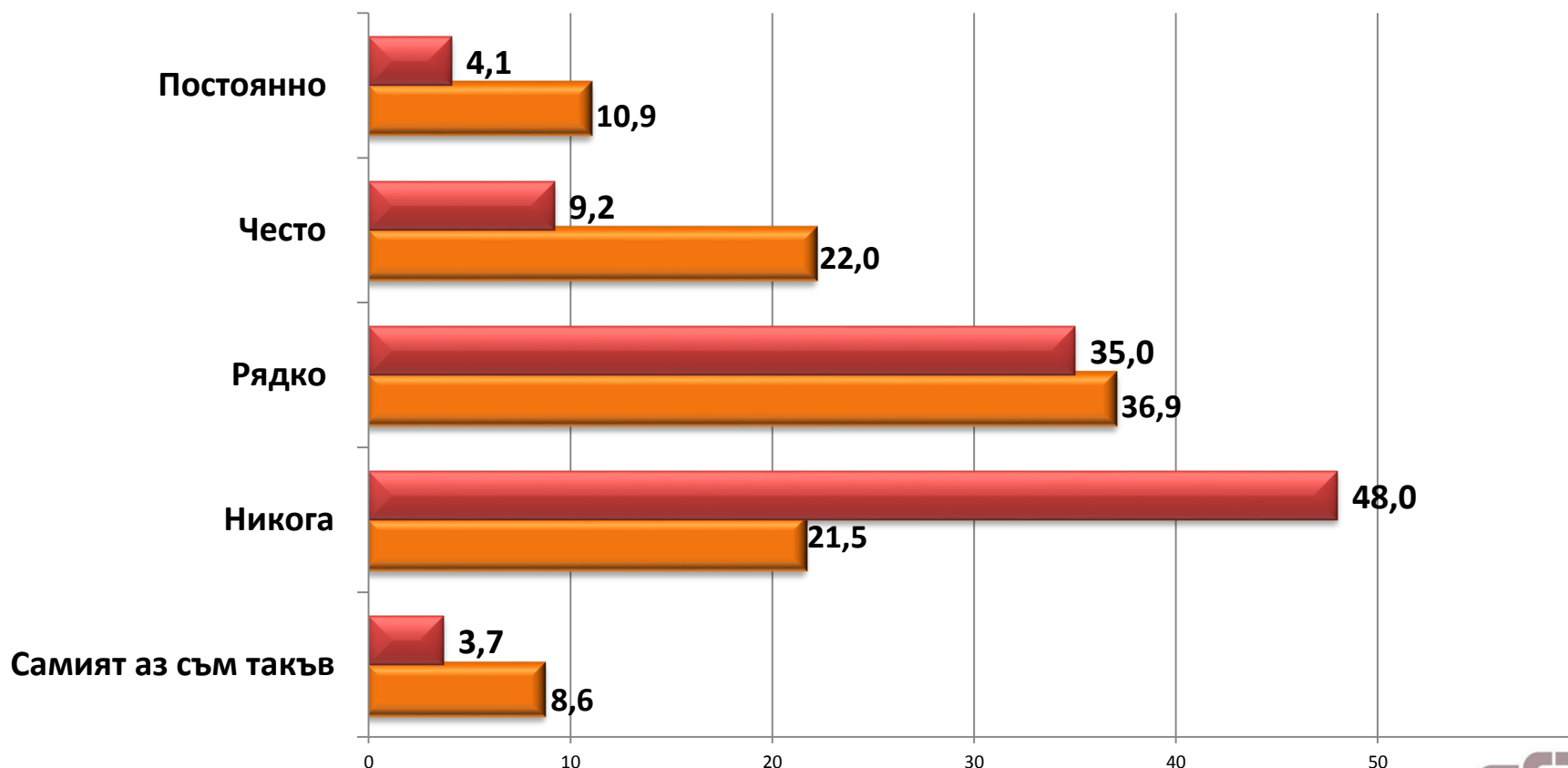
Според вас доколко може да се има доверие на надписи върху хранителни стоки, обозначаващи защитени или биопродукти? (в % от всички интервюирани)



Купувате ли хранителни продукти, директно от: (в % от всички интервюирани)

■ Планински производител

■ Производител



Според Вас трябва ли да се въведе термин за качество със знак "Планински продукт"? (в % от всички интервюирани)



Според Вас трябва ли да се въведе термин за качество със знак "Планински продукт"??

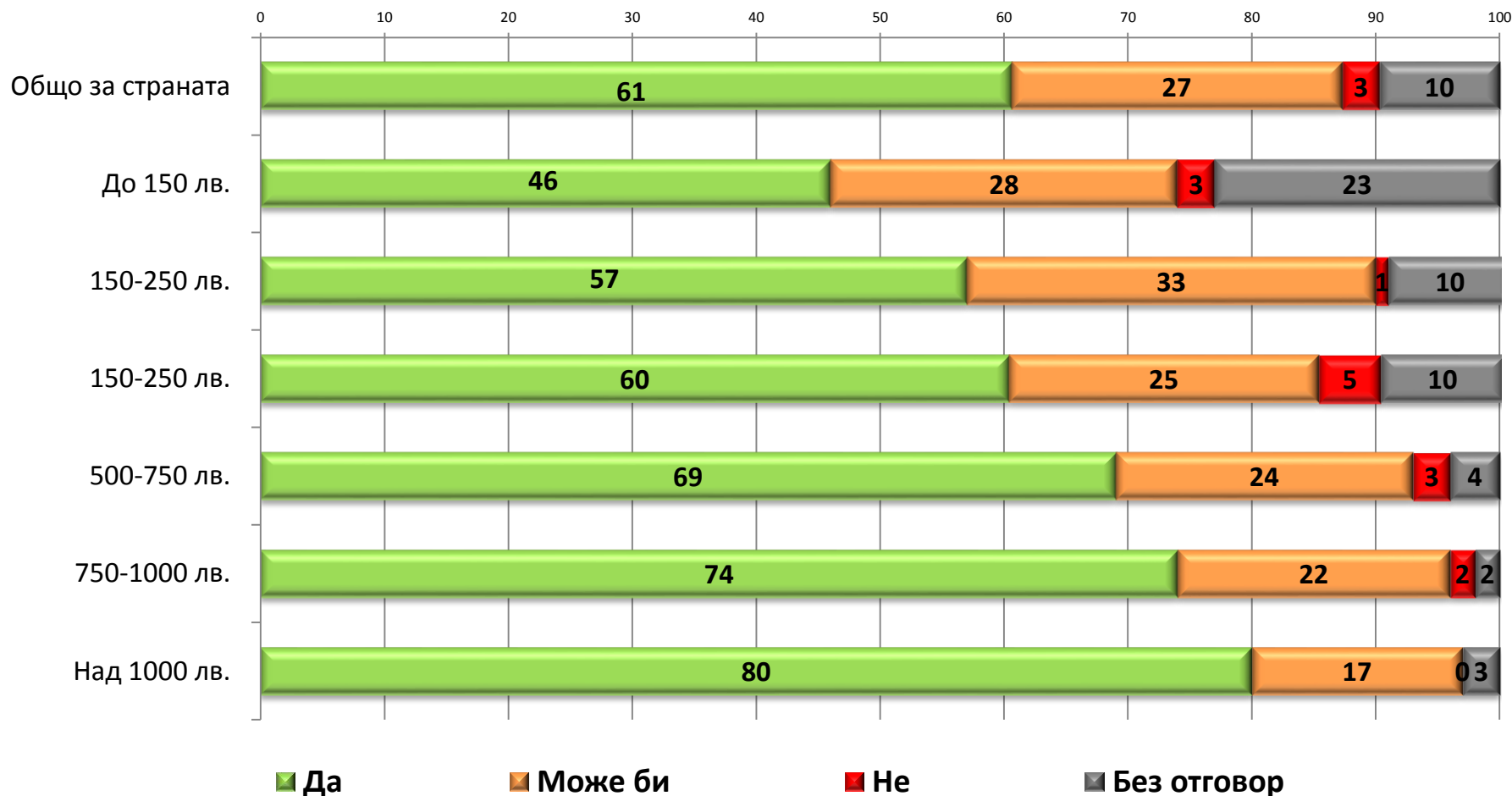
(в % от всички интервюирани, в зависимост от
местожителство и образователен статус)



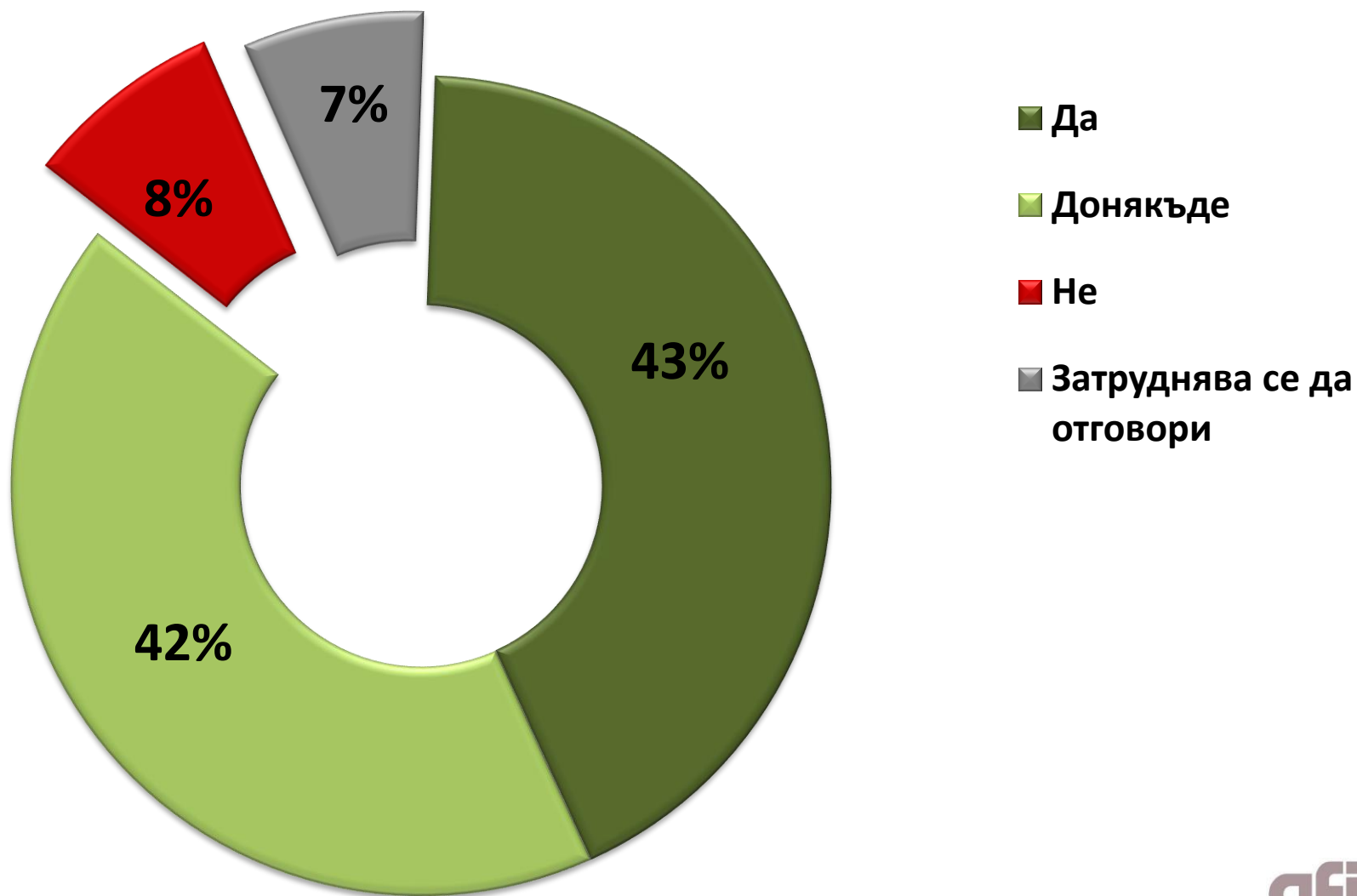
Видно е, че преобладава мнението за въвеждане на термин за качество „Планински продукт“. Най-големи привърженици са:

- Живеещите в столицата български граждани
- Хората със висше образование
- Хората с по-високи доходи и стандарт на живот /следващата графика/

Според Вас трябва ли да се въведе термин за качество със знак "Планински продукт,"? (в % от всички интервюирани, в зависимост от дохода на член от домакинството)



**Ако се въведе такъв термин за качество, ще
имате ли по-високо доверие в качеството на
продуктите, върху чиито опаковки има знак?**
(в % от всички интервюирани)



- Хранителните продукти от планински и полупланински райони имат следната репутация: здравословни и притежават естествени вкусови качества;
- Всеки четвърти българин постоянно или често купува пряко от производител. Делът за планински храни е двойно по-малък;
- Българите си дават сметка, че неблагоприятни почвено-климатични условия и неразвита инфраструктура водят до това, че влагането на труд за единица добив има по-висока цена;
- Значителна част от потребителите са срещали специални текстове, обозначаващи произхода или начина на производство на продукта, но не знаят какво точно означават и са скептични за тяхната достоверност;
- При евентуално засилена употреба на референции или изрични твърдения за връзка с планината и при отсъствие на сигурни и понятни критерии, те могат да доведат до инфлация на смисъла и недоверие;
- Мнозинството от българите подкрепят идеята за въвеждане на термин за качество „Планински продукт“, докато отявлените противници са малко;
- Основните привърженици на това нововъведение са живеещите в столицата, по-заможната част от населението, хората с високо образование и добро здраве; това са и хората, склонни да плащат повече за подобен тип продукти;
- България има едни от най-големите дялове планински площи в ЕС. Съчетано с нарастващото недоверие към продуктите на глобализираната и индустриализирана агроиндустрия, това определя съществуването на значителен пазарен потенциал за планинските и полупланински продукти.

- ✓ Ако институциите на ЕС желаят да вдъхнат нов живот в слабо заселените и недоразвити планински райони, има възможност да бъде задвижен пазарният механизъм за разширение и разнообразяване на производството. Основно условие за това е наличието на гаранцията на европейски стандарт за планински продукт с ясни критерии;
- ✓ За да запазят интуитивното съдържание на всекидневните асоциации, които се свързват с планината, е необходимо тези критерии да развият работещи, операционални признаци за определение на географските райони;
- ✓ Въвеждането на термин за качество от типа на „Планинския продукт“ следва да вземе под внимание повишаването на елемента „доверие“ на българското общество;
- ✓ Въвеждането на термин за качество „Планински продукт“ не трябва да изпреварва, а да се случи едва след ясно регламентиране на това, кои храни могат да са обект на такъв стандарт, по еднозначен и недвусмислен начин. Това предполага ясна категоризация на географския обхват на територията на страната и целенасочена програма за популяризиране на смисъла на тези определения;
- ✓ Необходима е ефективна защита на планинското земеделие от гледна точка на рестрикция при използването на химически торове, пестициди, нетипични видове растения и животни и индустриални практики в животновъдството и растениевъдството, каквито биха оказало негативно въздействие върху качеството и чистотата на този тип продукция, а оттам и доверие към стандарта;
- ✓ Общоевропейският характер на такъв стандарт или знак за качество би способствал за максимално доверие, изразяващ се в това, че потребителят получава това, което очаква.



Група на Прогресивния алианс на
социалистите & демократите
в Европейския Парламент

Благодарим за вниманието!



“АФИС”

Агенция за социални и маркетингови изследвания

**Адрес: София, Бул. Тодор Александров 137, офис 1, тел.:
02/9200114; info@afis.bg; www.afis.bg**