

VÝSLEDKY PRIESKUMU K PROJEKTU REALIZOVANÉHO PO SKONČENÍ KAMPANE

Termín realizácie: 09/2011
Realizátor prieskumu: GfK Slovakia

Spontánna znalosť kampane projektu

Otázka pre respondentov: V poslednom období médiá komunikovali kampaň na podporu našich regiónov, v ktorej sa hovorí, že je prospešné nakupovať výrobky z našich regiónov a výrobky s označením Kvalita z našich regiónov. **Zaregistrovali ste túto kampaň?**

- **Áno, určite - 26 %**
- **Asi áno, ale nie som si istý - 46 %**
- **Nie - 16 %**
- **Nevie - 12 %**

Pochopenie kampane spotrebiteľom

Otázka pre respondentov: **Čo je podľa Vás hlavným posolstvom tejto reklamy?**

- **Podpora predaja slovenských výrobkov/výrobkov z regiónov – 65 %**
- **Znížiť počet nezamestnaných/dať ľuďom prácu – 24 %**
- **Podpora regiónov – 11 %**
- **Podpora domácich výrobcov – 10 %**
- **Podpora ekonomiky – 8 %**

Potreba vzdelávania spotrebiteľa prostredníctvom edukačných projektov

Otázka pre respondentov: **Myslíte si, že je potrebné takýmto spôsobom vzdelávať spotrebiteľa, vysvetľovať mu, prečo je pre neho dôležité nakupovať domáce výrobky, ako tým podporí slovenskú ekonomiku, seba a svoje okolie?**

- **Áno tento spôsob je výborný – 79 %**
- **Áno, ale iným spôsobom – 14 %**
- **Nie, vôbec to nie je potrebné – 7 %**

Logo kampane

Otázka pre respondentov: V súčasnosti sú niektoré slovenské výrobky označené logom „Kvalita z našich regiónov“. **Zaregistrovali ste takéto logo na výrobkoch?**

- **Áno, určite – 36 %**
- **Asi áno, ale nie som si istý/á – 42 %**
- **Rozhodne nie – 13%**
- **Neviem – 9%**

Otázka pre respondentov: **označenie týmto logom je:**

- **Lahko zapamätateľné**
 - **Určite áno – 55 %**
 - **Skôr áno – 38 %**
 - **Skôr nie – 6 %**
 - **Určite nie – 1%**

- **Vzbudzujúce hrdosť na slovenské výrobky**
 - **Určite áno – 46 %**
 - **Skôr áno – 43 %**
 - **Skôr nie – 9 %**
 - **Určite nie – 2 %**

- **Motivujúce ku kúpe slovenských výrobkov**
 - **Určite áno – 39 %**
 - **Skôr áno – 50 %**
 - **Skôr nie – 9 %**
 - **Určite nie – 2 %**