

FAIRTRADE je pro nakupující celosvětově nejdůvěryhodnější a nejviditelnější etickou známkou. V ČR ji zná téměř dvě třetiny českých spotřebitelů

15.7.2025 - Komerční sdělení | ČTK

Fairtrade a jeho práce jsou podle průzkumu jasně spjaté se sociálním dopadem. Globescan dokonce zjistil, že každý třetí spotřebitel spojuje Fairtrade s oblastmi sociálního dopadu, zejména s právy pracovníků, zdravými a bezpečnými pracovními podmínkami a zvyšováním životní úrovně. Podle průzkumu Globescan tři ze čtyř nakupujících známku FAIRTRADE rozpoznají - více než jiné obdobné známky - a důvěra ve známku FAIRTRADE je celosvětově vysoká: 83 procent, tedy přibližně osm z deseti nakupujících, kteří známku rozpoznají, jí důvěřuje.

Mezi další důležitá zjištění průzkumu GlobeScan patří:

Od roku 2008 provádějí Fairtrade International a GlobeScan průzkum, který pomáhá pochopit priority, postoje a očekávání spotřebitelů, roli certifikací a vnímání označení Fairtrade. Letošní průzkum proběhl na jaře 2025 ve 13 zemích, a to v Rakousku, Belgii, Brazílii, Kanadě, Německu, Nizozemsku, Norsku, Polsku, Španělsku, Švédsku, Švýcarsku, Velké Británii a USA.

Median: V Česku znají známku FAIRTRADE dvě třetiny spotřebitelů

V ČR si nezisková organizace Fairtrade Česko a Slovensko na jaře tohoto roku nechala od společnosti Median po roce zpracovat průzkum*, v němž zjišťovala znalost certifikace Fairtrade a známky FAIRTRADE. Tento průzkum proběhl už posedmé a opakovaně potvrdil, že povědomí o známce FAIRTRADE je vysoké. Letošní výsledky ukázaly, že ji zná 66 % českých spotřebitelů. 38 % respondentů uvedlo, že přesně ví, co toto označení znamená, a 28 % uvedlo, že toto označení vidělo, ale přesně neví, co znamená. Pro srovnání: v roce 2011 znalost známky FAIRTRADE v ČR podle průzkumu společnosti INESAN činila 21 %.

„Fairtrade je certifikační systém, který si za více než tři desetiletí vybudoval důvěru. Slovo „fair“, tedy spravedlivý, je součástí našeho názvu a je jádrem všeho, co děláme, a tím, čím jsme známí po celém světě. S tímto závazkem Fairtrade působí ve všech třech oblastech udržitelnosti, v sociální, ekonomické a environmentální. Jde o celosvětově nejviditelnější a nejdůvěryhodnější etickou známkou, jak vyplývá ze zveřejněného průzkumu GlobeScan, a zároveň v ČR ji zná podle průzkumu Medianu 66 % českých spotřebitelů,“ uvádí Lubomír Kadaně, ředitel Fairtrade Česko a Slovensko.

Spontánní znalost označení FAIRTRADE průzkum zjistil u 18 procent respondentů (zhruba tedy každý 5. spotřebitel). Jednalo se o nejčastěji spontánně uváděné označení informující o původu zboží nebo zaručující naplnění určitých podmínek při výrobě (stejnou znalost zaznamenalo označení KLASA a na třetím místě se umístilo Bio). Míra spontánní znalosti se tak od loňska meziročně nezměnila.

Nejvyšší vědomá znalost FAIRTRADE označení se vyskytuje mezi muži (45 %), respondenty ve věku 18 - 24 let (53 %) a mezi vysokoškolsky vzdělanými respondenty dosahuje téměř dvě třetiny (64 %). Signifikantně významnější znalost je i ve městech nad 100 tisíc obyvatel, kde zná vědomě logo

FAIRTRADE více než polovina dotázaných (53 %).

Spotřebitelé se při nákupu často rozhodují na základě ekonomických faktorů, ale nejen podle nich. Celosvětový výzkum **Ipsos Global Trends 2024** ukazuje, že lidé si stále častěji vybírají značky, které souzní s jejich osobními hodnotami. Potvrdilo to 64 % respondentů z 50 zemí. Společenská odpovědnost a udržitelnost jsou právě jedním ze způsobů, jak mohou značky projevít empatii vůči potřebám zákazníků v souladu s jejich hodnotami. Podle Ipsos ESG & Reputation Research 2024 je pro 6 z 10 lidí společenská odpovědnost a udržitelnost něco, co firmy odlišuje od konkurence.

** Projekt byl podpořen z prostředků České rozvojové agentury v rámci Zahraniční rozvojové spolupráce ČR.*

<https://www.ceskenoviny.cz/tiskove/zpravy/fairtrade-je-pro-nakupujici-celosvetove-nejduveryhodnejsi-a-nejviditelnejsi-etickou-znamkou-v-cr-ji-zna-temer-dve-tretiny-ceskych-spotrebitelu/2698371>