



Aflată la cel de-al patrulea an de implemetare, cercetarea Landor cu privire la Green Brands acoperă 9000 de respondenți, din opt țări. 9.022 de interviuri online au fost realizate în Australia, Brazilia, China, Franța, Germania, India, SUA, UK în perioada 27 februarie-24 martie 2010, cu scopul de a afla:

În ce măsură consumatorii țin cont de sustenabilitate atunci când optează pentru un brand, produs sau serviciu?

În ce fel preferința și grija pentru mediu a consumatorilor diferă de la o țară la alta?

În ce mod s-a schimbat percepția consumatorilor din 2009 până în 2010 asupra a ceea ce înseamnă "green" ?

Care dintre percepțiile consumatorului reprezintă o provocare pentru companii în „spațiul verde”?

Principalele rezultate relevă faptul că:

- Majoritatea consumatorilor (peste 60%) vrea să cumpere produse de la companii responsabile față de mediu
- Consumatorii așteaptă din partea companiilor „verzi” să se implice într-un set de acțiuni, precum reducerea toxinelor, reciclare și utilizarea responsabilă a apei
- Mulți consumatori planifică să cheltuiască mai mult pe produse „verzi”, în special pe piețele cu economii în curs de dezvoltare
- Companiile se pot conecta la consumatori, implindu-se în problemele locale de mediu și răspunzând grijilor și intereselor acestora
- Aspectele cu privire la mediu care îi interesează pe consumatori diferă de la o țară la alta
- Obstacolele ce apar în cumpărarea produselor „verzi” diferă de la țară la țară
- Consumatorii se informează în legătură cu produsele „verzi” prin mijloace diferite

Rezultatele integrale ale studiului pot fi consultate [aici](#) .

Studiul Image Power Green Brands a fost realizat la nivel global de către Landor Associates și lansat în România de agenția de branding și marketing Seed Consultants.