53% dos portugueses confiam nos produtos «amigos» do ambiente

7 de Junho, 2016

O estudo “Marcas de Confiança 2016” da Selecções do Reader’s Digest analisou a temática ambiental e avaliou os níveis de confiança em várias áreas neste domínio. São dez as «Marcas Verdes 2016»: Continente (Hiper/ Supermercados), CTT (Empresas de serviço público), EDP (Fornecedores de energia), Miele (Grandes eletrodomésticos), Nestlé (Empresas do ramo alimentar), Philips (Lâmpadas / Equipamento de iluminação), Renova (Fabricantes de papel), Toyota (Automóveis), Valorsul (Empresas de tratamento de lixo) e Vulcano (Esquentadores).
Dos dados recolhidos pela Selecções do Reader’s Digest verifica-se que em termos gerais, os portugueses encaram o ambiente como um problema imediato (81%), existindo 17% que considera ser uma preocupação futura. Para 2% é uma discussão exagerada.
Quando questionados sobre a confiança nos produtos e marcas que se apresentam como “Amigos do Ambiente”, 42% dos consumidores admitem confiar bastante e 11% assumem que confiam muito.
Relativamente à frequência com que compram produtos «amigos» do ambiente, a maioria fá-lo “algumas vezes” (49%). Por sua vez, 27% dos inquiridos compram estes produtos muitas vezes, 23% poucas vezes e 1% nunca.
Estas são as principais conclusões do questionário dirigido a 13.200 assinantes da revista Selecções do Reader’s Digest, que, através de pergunta aberta, indicaram as suas marcas de confiança quanto à prestação ambiental, em dez diferentes categorias.
Relativamente aos vencedores de 2016 e distribuição da votação, confira a lista:
Categoria automóveis – Toyota (19%)
Empresas de serviço público – CTT (19%)
Empresas de tratamento de lixo – Valorsul (24%)
Empresas do ramo alimentar– Nestlé (12%)
Esquentadores – Vulcano (51%)
Fabricantes de papel – Renova (57%)
Fornecedores de energia – EDP (86%)
Grandes eletrodomésticos – Miele (21%)
Hiper/Supermercados – Continente (50%)
Lâmpadas/Equipamento de iluminação – Philips (63%)