

# “Consumidores pouco informados e desconfiados dos produtos amigos do ambiente”, revela inquérito da Deco

6 de Novembro, 2020

“Pouco informados e muito desconfiados das alegações ambientais”, assim se consideram os “consumidores europeus” que a DECO Proteste “ouviu” num inquérito europeu sobre o “impacto ambiental dos detergentes usados em nossas casas”.

Apesar da maioria dos consumidores (70%) prestar pelo menos alguma atenção ao impacto ambiental dos detergentes de uso doméstico quando os compra, apenas “16% são bastante influenciados”. De acordo com o estudo, “são também poucos (12%) os que se consideram bem informados sobre o assunto”. Os restantes afirmam que “não tem a informação mínima necessária”, mas também consideram que enviar os consumidores para os sites dos fabricantes, para obterem mais informação, simplesmente não funciona: “são muito poucos (2%) os que admitem fazê-lo”, indica o inquérito da Deco.

De acordo com a associação de consumidores, esta desinformação, e aparente desinteresse, fundam-se na “desconfiança” com que olham para as “alegações ambientais” dos detergentes: “Quase 60% dos portugueses consideram esta informação mera estratégia de marketing, sem qualquer tradução prática e verdadeira”, refere a Deco.

Para facilitar a verificação destas mensagens, e a sua veracidade, os consumidores (93%) reclamam uma uniformização da forma de apresentação das alegações ambientais: um “logótipo comum ou cores uniformizadas” são duas das sugestões apresentadas no estudo.

Estes dados estão em linha com as conclusões de uma ação no terreno recentemente dinamizada pela Deco, em conjunto com o Continente, na área da Sustentabilidade: “muitos consumidores entendem a importância do tema, mas consideram-se mal informados, e confiam pouco nas alegações apresentadas por muitos produtos, temendo que não passem de meras estratégias publicitárias”.

Para contribuir para a melhoria deste diagnóstico, a associação, em conjunto com organizações congéneres de Espanha, Itália e Bélgica, está a desenvolver o projeto CLEAN, que tem como principais objetivos prestar informação fiável e verificável e alertar os consumidores para alegações falsas ou abusivas. Até maio de 2021, o projeto estudará o setor dos detergentes domésticos.