

Dla konsumenta coraz ważniejsza jest etyka firmy

data aktualizacji: 2019.09.11



Euromonitor International przeanalizował trend zrównoważonych inicjatyw kosmetycznych. Wynika z niego, że dla większości konsumentów kwestia transparentności, ekologii i poszanowania zwierząt przy powstawaniu produktów jest bardzo ważna. Ponad połowa z nich podejmuje etyczne decyzje zakupowe.

Według najnowszych badań Euromonitor International, globalnej firmy zajmującej się badaniami rynku, 54 proc. konsumentów na całym świecie uważa, że podejmują etyczne decyzje zakupowe. To wskazuje na duży potencjał wzrostu dla przedsiębiorstw, dla których zrównoważony rozwój jest priorytetem.

W swojej najnowszej analizie „**Jak stać się zrównoważoną marką**”, Euromonitor wyjaśnia, dlaczego inwestorzy odchodzą od krótkoterminowego zysku i inwestują kapitał w przedsięwzięcia bardziej przyjazne dla środowiska, czyniąc zrównoważony rozwój coraz ważniejszym dla sukcesu firmy.

- *Chociaż dla wielu od dawna ważnym zagadnieniem było zrównoważony rozwój, teraz przechodzimy od kultury wiedzy do działania w celu jego wspierania* - powiedziała **Maria Coronado Robles, starsza konsultantka w Euromonitor.**

Konsumenci odrzucają kulturę nieetycznego konsumpcjonizmu

Euromonitor International w raporcie „Jak zostać zrównoważoną marką” zbadał sposób, w jaki firmy mogą wykorzystywać różne strategie, aby dostosować się do nowych polityk rządowych i zachowań konsumenckich, jednocześnie maksymalizując zyskowność. Wynika z niego jednoznacznie, że obecnie więcej konsumentów prowadzi proaktywny i zrównoważony styl życia.

Ponieważ zrównoważony rozwój staje się kluczem do sukcesu w biznesie, inwestorzy odchodzą od krótkoterminowego zysku i zasilają kapitałem bardziej zrównoważone firmy.

Według najnowszych badań Euromonitor International jedna piąta światowej populacji konsumentów woli naprawiać uszkodzone rzeczy niż kupować nowe. Ta zmiana zachowań konsumenckich powoduje, że marki odpowiednio reagują. Na przykład marka odzieży outdoorowej Patagonia oferuje bezpłatną usługę naprawy w celu zwiększenia żywotności produktu i ograniczenia wytwarzania odpadów.

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/dla-konsumenta-coraz-wazniejsza-jest-etyka-firmy,56790>