



nielsen

CANVIA DE SABATES ESTAT DE LA QÜESTIÓ A LA UNIÓ EUROPEA

RESULTATS GLOBALS (20 PAÏSOS)

SÜDWIND

Harald Blaha /
Tanja Fink

An abstract graphic on the left side of the slide. It features a series of curved, overlapping lines in various colors (red, yellow, green, blue, purple) that form a spherical or dome-like shape. Several colored dots (yellow, purple, red) are placed on these lines, with thin lines extending from them towards the center of the slide.

DISSENY DE L'ESTUDI ESTRUCTURA DE LA MOSTRA

DISENY DE L'ESTUDI

- Treball de camp: Juny de 2015
- Públic objectiu: mostra nacionalment representativa de població: grups d'edat (18-65) i gènere.
- Mètode: Entrevistes online
- Mostra: n = 10.000 entrevistes (500 per país)
- Realització de l'enquesta: Nielsen (Àustria)

Harald Blaha

43 (1) 98 110 – 325





















harald.blaha@nielsen.com

Tanja Fink

43 (1) 98 110 – 479

tanja.fink@nielsen.com

DADES SOCIODEMOGRÀFIQUES

																					
	TOTAL	ÀUSTRIA	BÈLGICA	BULGARIA	CROÀCIA	REPÚBLICA TXECA	DINAMARCA	ESTÒNIA	FINLÀNDIA	FRANÇA	ALEMANYA	HONGRIA	ITÀLIA	IRLANDA	PAÏSOS BAIXOS	POLÒNIA	ESLOVÀQUIA	ESLOVÈNIA	ESPANYA	SUÈCIA	REGNE UNIT
MIDA DE LA MOSTRA	10,018	500	500	514	502	500	500	500	500	502	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
GÈNERE																					
HOME	50%	50%	50%	50%	50%	49%	50%	48%	50%	50%	50%	49%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	51%	49%
DONA	50%	50%	50%	50%	50%	51%	50%	52%	50%	50%	50%	51%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	49%	51%
EDAT																					
18-29	24%	23%	24%	22%	24%	23%	23%	28%	23%	25%	22%	22%	20%	31%	23%	27%	24%	22%	25%	25%	25%
30-39	22%	21%	23%	22%	21%	23%	20%	22%	21%	22%	24%	24%	23%	24%	20%	22%	24%	23%	26%	20%	21%
40-49	22%	26%	24%	20%	22%	22%	23%	21%	23%	23%	24%	21%	25%	21%	24%	18%	20%	22%	23%	22%	23%
50-59	21%	20%	20%	22%	23%	20%	21%	20%	23%	22%	19%	20%	20%	17%	21%	22%	20%	23%	18%	20%	19%
60-65	11%	10%	9%	14%	10%	11%	12%	9%	10%	10%	12%	13%	11%	6%	12%	10%	11%	10%	9%	12%	11%
NIVELL D'ESTUDIS																					
PRIMÀRIA / EDUCACIÓ BÀSICA	6%	5%	5%	0%	1%	2%	18%	8%	12%	3%	3%	6%	10%	6%	1%	3%	1%	2%	9%	18%	8%
FORMACIÓ PROFESSIONAL	28%	40%	37%	33%	7%	28%	27%	25%	41%	28%	38%	41%	9%	14%	44%	10%	43%	28%	23%	25%	17%
ESTUDIS SUPERIORS NO UNIVERSITARIS	33%	41%	37%	11%	44%	37%	42%	16%	30%	25%	32%	27%	49%	43%	42%	45%	15%	42%	25%	28%	34%
ESTUDIS UNIVERSITARIS	32%	13%	21%	56%	49%	32%	12%	50%	15%	44%	25%	26%	32%	37%	13%	42%	41%	29%	43%	28%	40%
SENSE EDUCACIÓ REGLADA	0%	0%	1%	0%	0%	0%	1%	1%	2%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	1%

Base: Total, n=10.018

An abstract graphic on the left side of the page features a series of overlapping, curved lines in various colors (red, yellow, green, blue, purple) that create a sense of depth and movement, resembling a stylized globe or a complex data visualization. Several colored dots (yellow, purple, red) are placed at various points along these lines, with thin lines extending from them towards the right.

RESUM DE L'ENQUESTA

RESUM DE L'ENQUESTA

- El coneixement sobre les activitats que realitzen les institucions de la UE en l'àmbit de l'ajuda al desenvolupament és molt limitat. Tan sols el 6% de la població declara estar força ben informada sobre aquest tema. Hi ha diferències notables entre els diferents països: a Itàlia és on més persones opinen que estan ben informades, mentre que a Dinamarca, Suècia i Estònia és on més individus es consideren poc informats.
- Pel que fa a les normes sobre els productes que entren al mercat de la UE, les prioritats més importants són la protecció dels drets de les treballadores i dels drets humans, juntament amb la protecció dels drets dels consumidors i consumidores. La transparència i l'etiquetatge també són qüestions considerades rellevants. Els resultats per països mostren un panorama variat: en general, la majoria de països prioritzen la defensa dels drets humans, laborals i de les persones consumidores, excepte a Itàlia, on «garantir la transparència de la cadena de subministrament i producció» és el tema principal.
- El nivell d'informació de les persones sobre la producció de calçat (en relació amb els productes químics tòxics i amb les condicions laborals) és baixa a tota Europa. El 50% de les persones enquestades responen que no disposen de cap o gairebé cap tipus d'informació sobre aquest tema. A Finlàndia i a Itàlia és on més persones es declaren ben informades al respecte, mentre que la falta d'informació és remarcable entre les persones enquestades a Estònia, Irlanda i el Regne Unit.
- El factor més important per assegurar l'èxit del calçat respectuós amb el medi ambient seria que el preu sigui el mateix. En segon lloc, trobem l'existència d'un etiquetatge fiable dels productes. Que la classe política tingui en compte aquesta qüestió es considera poc rellevant.
- El 85% de les persones enquestades estaria disposada a pagar, com a mínim, una mica més per tal d'obtenir un calçat respectuós amb el medi ambient. Una quarta part estaria disposada a pagar, com a mínim, un 25% més. La ciutadania de Bulgària i Croàcia és la que mostra una predisposició més àmplia a pagar més per un calçat amb garantia ecològica i social. Als Països Baixos i Bèlgica, en canvi, la predisposició és molt baixa.
- La despesa mitjana en calçat està estretament relacionada amb la riquesa de cada país. Itàlia és el país amb la despesa mitjana més elevada.

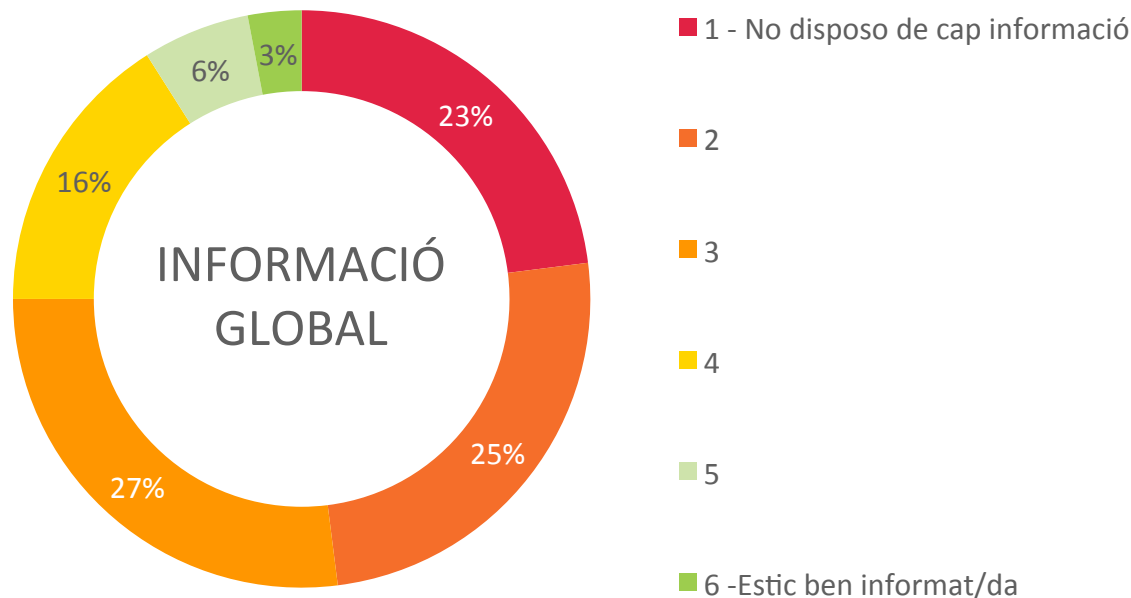
An abstract graphic on the left side of the slide. It features a series of concentric, overlapping lines in various colors (red, yellow, green, blue, purple) that form a curved, funnel-like shape. Several colored dots (yellow, purple, red) are placed at different points along these lines, with thin lines extending from them towards the right. The background is black.

RESULTATS DETALLATS

INFORMACIÓ SOBRE LES INSTITUCIONS DE LA UE RESPECTE A L'AJUDA AL DESENVOLUPAMENT

Tres quartes parts de la població europea manifesta tenir poca o cap informació sobre les activitats de les institucions europees en relació amb l'ajuda al desenvolupament.

Tan sols el 3% assegura estar ben informada.



Base: total, n = 10.018

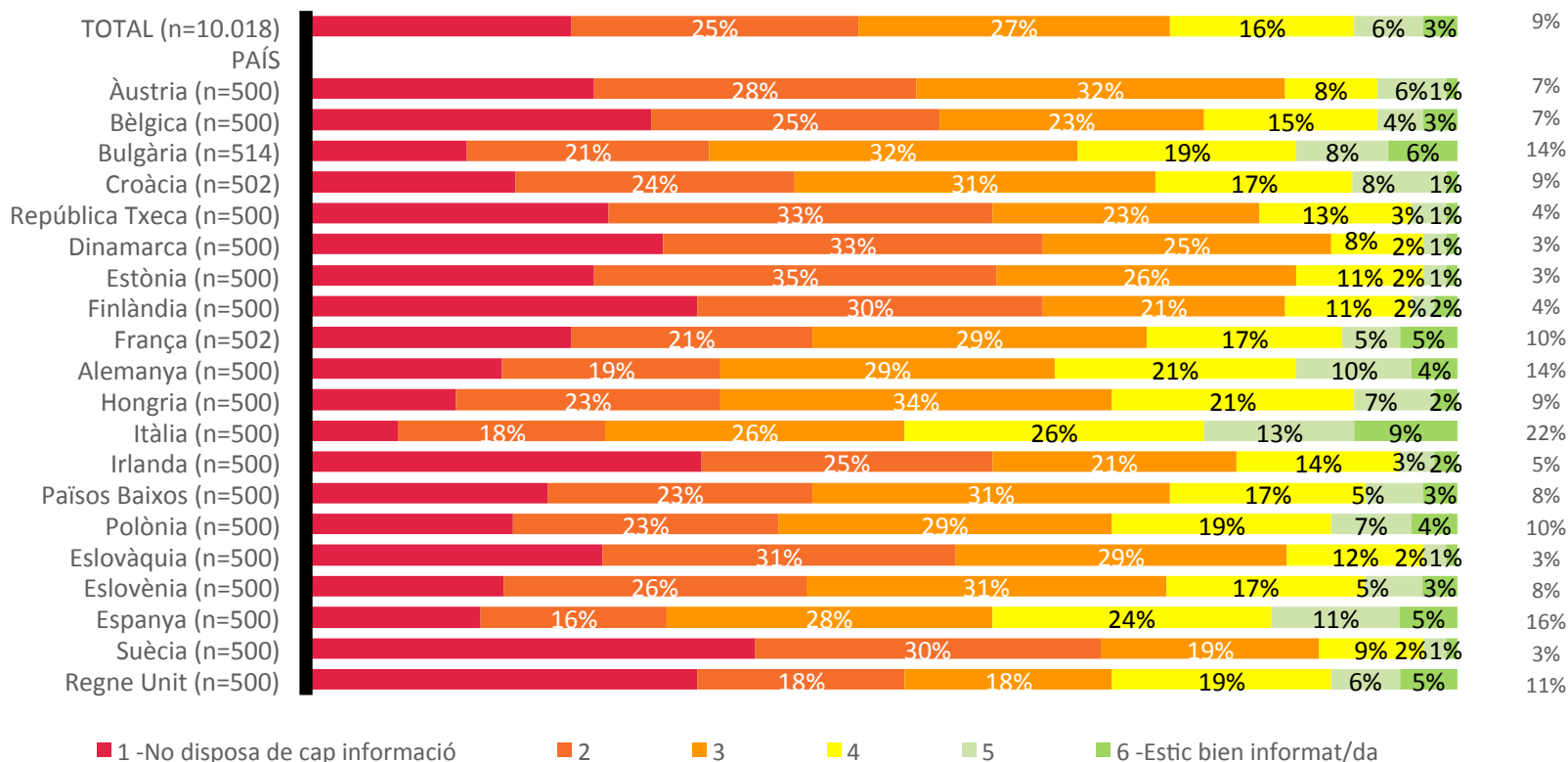
P4. Pensant en les institucions europees, disposa d'informació sobre l'activitat de les institucions de la UE en l'àmbit de l'ajuda al desenvolupament?

Si us plau, utilitzi una escala de l' 1 (cap informació) al 6 (ben informat/da).

INFORMACIÓ DE LES INSTITUCIONS DE LA UE RESPECTE A L'AJUDA AL DESENVOLUPAMENT

A Itàlia es declaren ben informades més persones que a qualsevol altre país. Els nivells més baixos d'informació es detecten a Dinamarca, Suècia i Estònia.

T2B



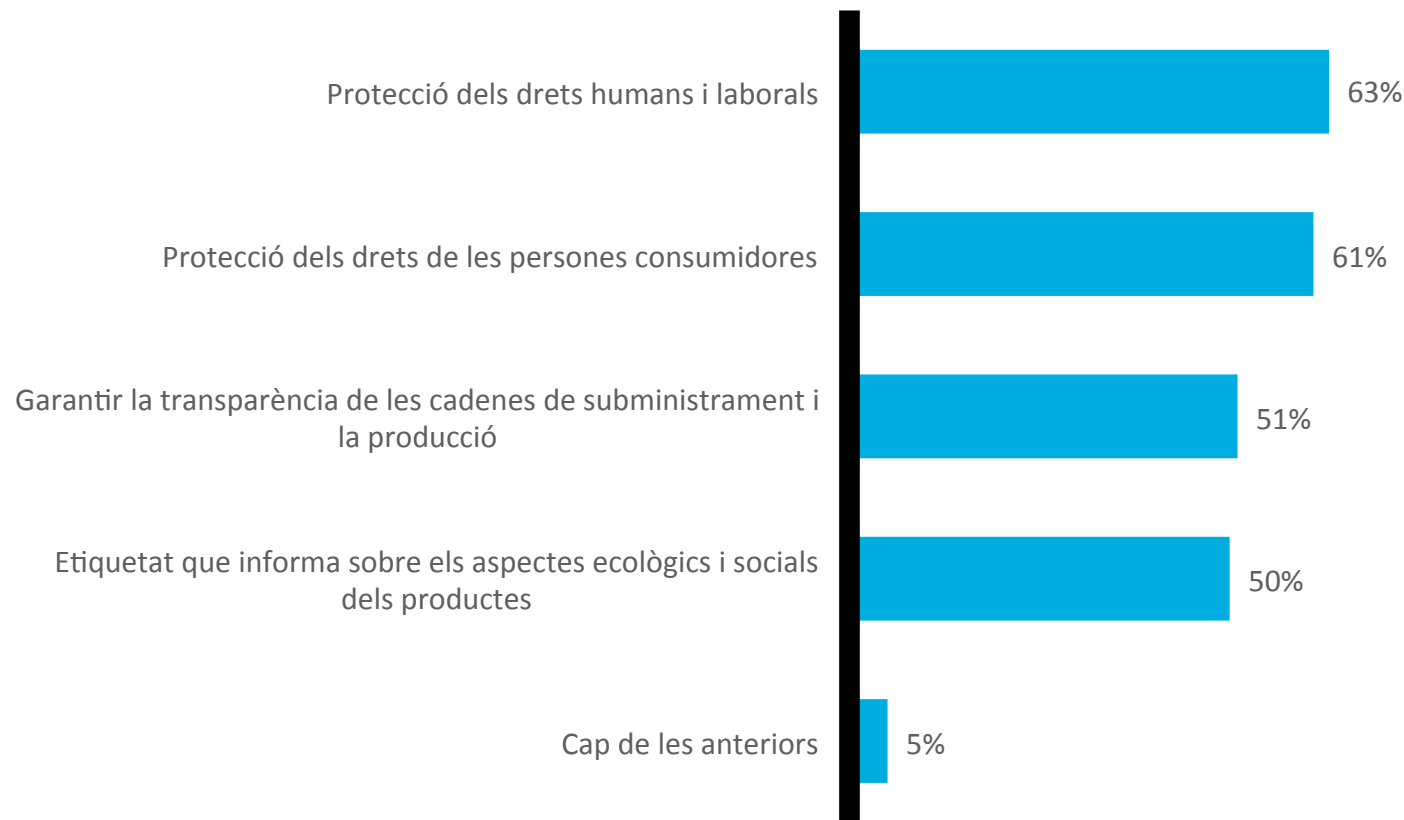
Base: total, n = 10.018

P4. Pensa en les institucions europees, disposa d'informació sobre l'activitat de les institucions de la UE en l'àmbit de l'ajuda al desenvolupament?

Si us plau, utilitzi una escala de l'1 (cap informació) al 6 (ben informat/da).

NORMES PER ALS PRODUCTES QUE ACCEDEIXEN AL MERCAT EUROPEU

La protecció dels drets humans i laborals, juntament amb la protecció dels drets de les persones consumidores, es consideren les prioritats principals. També són importants la transparència i l'etiquetatge.



Base: total, n = 10.018

P5. Quines de les següents opcions creu que la UE hauria de regular de cara als productes que accedeixen al mercat europeu?

NORMES PER ALS PRODUCTES QUE ACCEDEIXEN AL MERCAT EUROPEU

Els resultats per països mostren un panorama variat: en general, la majoria de països prioritzen la defensa dels drets humans, laborals i de les persones consumidores, excepte a Itàlia, on «garantir la transparència de la cadena de subministrament i producció» és el tema principal.

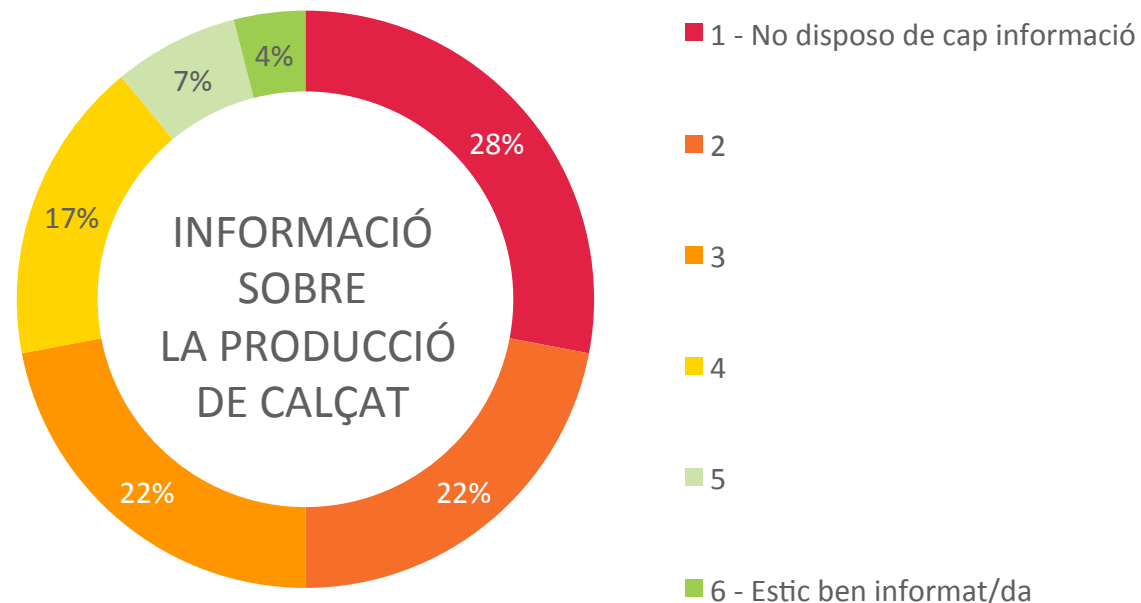
	Total	ÀUSTRIA	BÈLGICA	BULGÀRIA	CROÀCIA	REPÚBLICA TXECA	DINAMARCA	ESTÒNIA	FINLÀNDIA	FRANÇA	ALEMANYA	HONGRIA	ITÀLIA	IRLANDA	PAÏSOS BAIXOS	POLÒNIA	ESLOVÀQUIA	ESLOVÈNIA	ESPANYA	SUÈCIA	REGNE UNIT
BASE	10,018	500	500	514	502	500	500	500	500	502	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Protecció dels drets humans i laborals	63%	76%	66%	50%	67%	52%	50%	64%	70%	61%	72%	58%	61%	75%	63%	66%	51%	65%	61%	67%	63%
Protecció dels drets de les persones consumidores	61%	65%	49%	78%	74%	57%	47%	71%	54%	58%	69%	58%	59%	68%	52%	56%	62%	65%	61%	56%	61%
Garantir la transparència de les cadenes de subministrament i la producció	51%	60%	44%	53%	47%	46%	38%	48%	55%	57%	61%	54%	67%	58%	38%	38%	49%	55%	59%	50%	52%
Etiquetat que informa sobre els aspectes ecològics i socials dels productes	50%	57%	41%	62%	58%	42%	51%	53%	50%	52%	56%	42%	61%	53%	32%	47%	42%	60%	55%	47%	48%
Cap de les anteriors	5%	3%	9%	2%	1%	5%	11%	4%	5%	9%	5%	4%	3%	2%	14%	5%	3%	1%	5%	10%	9%

Base: total, n = 10.018

P5. Quines de les següents opcions creu que la UE hauria de regular de cara als productes que accedeixen al mercat europeu?

INFORMACIÓ GENERAL SOBRE LA PRODUCCIÓ DE CALÇAT

El nivell d'informació de les persones sobre la producció de calçat és baix a tota Europa. El 50% de la població declara no disposar de cap o gairebé cap tipus d'informació sobre aquest tema.



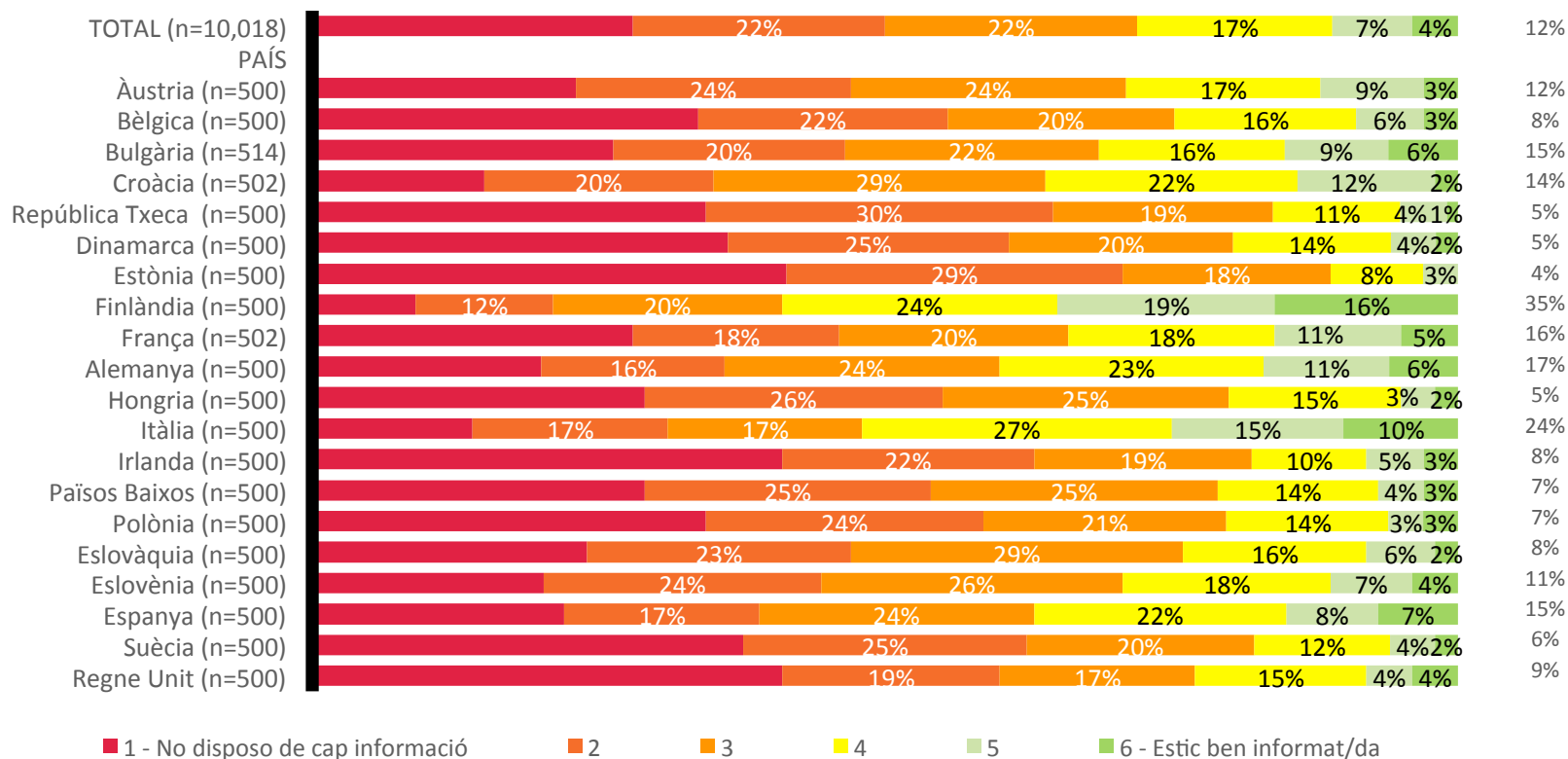
Base: total, n = 10.018P6. Ara, si us plau, pensi sobretot en la producció de calçat. Què en sap sobre les substàncies químiques tòxiques i sobre les males condicions laborals en la producció de calçat?

Si us plau, utilitzi una escala de l'1 (cap informació) al 6 (ben informat/da).

INFORMACIÓ SOBRE LA PRODUCCIÓ DE CALÇAT

La població de Finlàndia i Itàlia és la que es considera millor informada sobre aquest tema, mentre que la falta d'informació es fa palesa de forma habitual entre les persones enquestades d'Estònia, Irlanda i el Regne Unit.

T2B



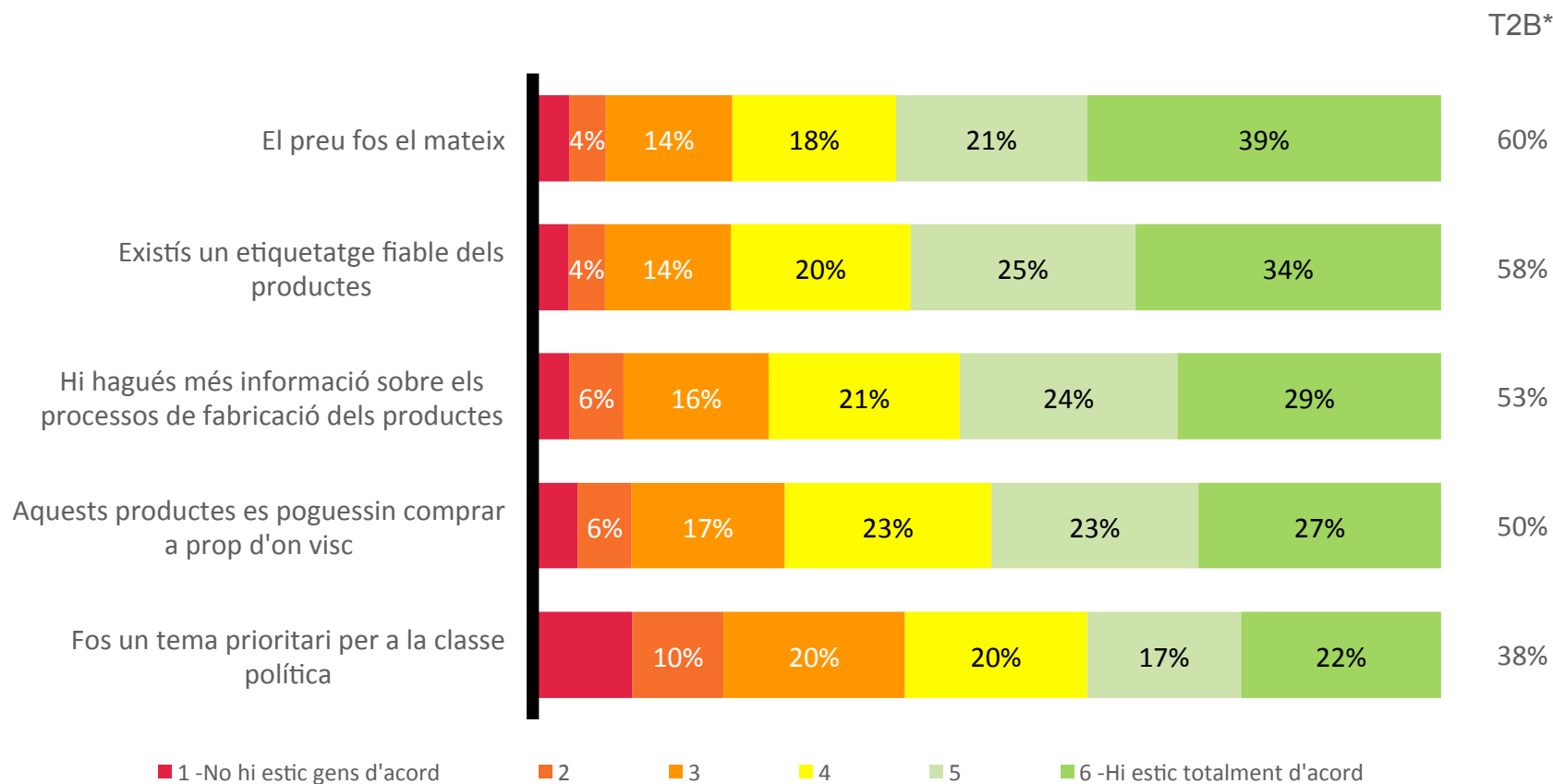
Base: total, n = 10.018

P6. Ara, si us plau, pensi sobretot en la producció de calçat. Què en sap sobre les substàncies químiques tòxiques i sobre les males condicions laborals en la producció de calçat?

Si us plau, utilitzi una escala de l'1 (cap informació) al 6 (ben informat/da).

AFIRMACIONS SOBRE CALÇAT RESPECTUÓS AMB EL MEDI AMBIENT I ELS DRETS LABORALS

El factor més important per assegurar l'èxit del calçat respectuós amb el medi ambient i els drets laborals seria que el preu sigui el mateix. Que la classe política tingui en compte aquesta qüestió es considera poc rellevant.



Base: total, n = 10.018

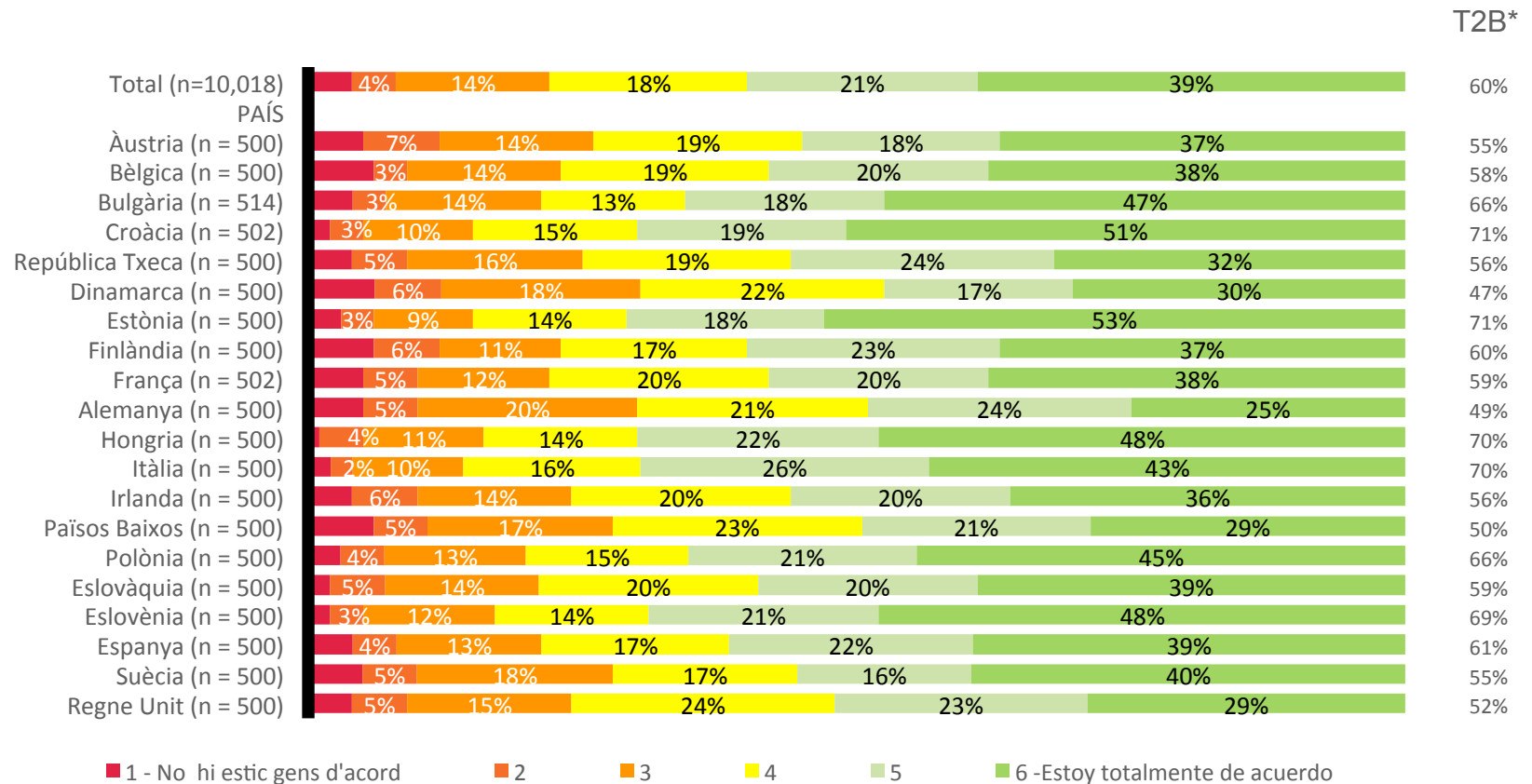
P7. Fins a quin punt està d'acord amb les afirmacions següents?

Dedicaria més temps i esforç en escollir un calçat respectuós amb el medi ambient i les condicions laborals si...

* Suma de "6 = hi estic totalment d'acord" + "5"

AFIRMACIONS SOBRE CALÇAT RESPECTUÓS AMB EL MEDI AMBIENT I ELS DRETS LABORALS

(1) Si el preu fos el mateix



Base: total, n = 10.018

P7. Fins a quin punt està d'acord amb les afirmacions següents?

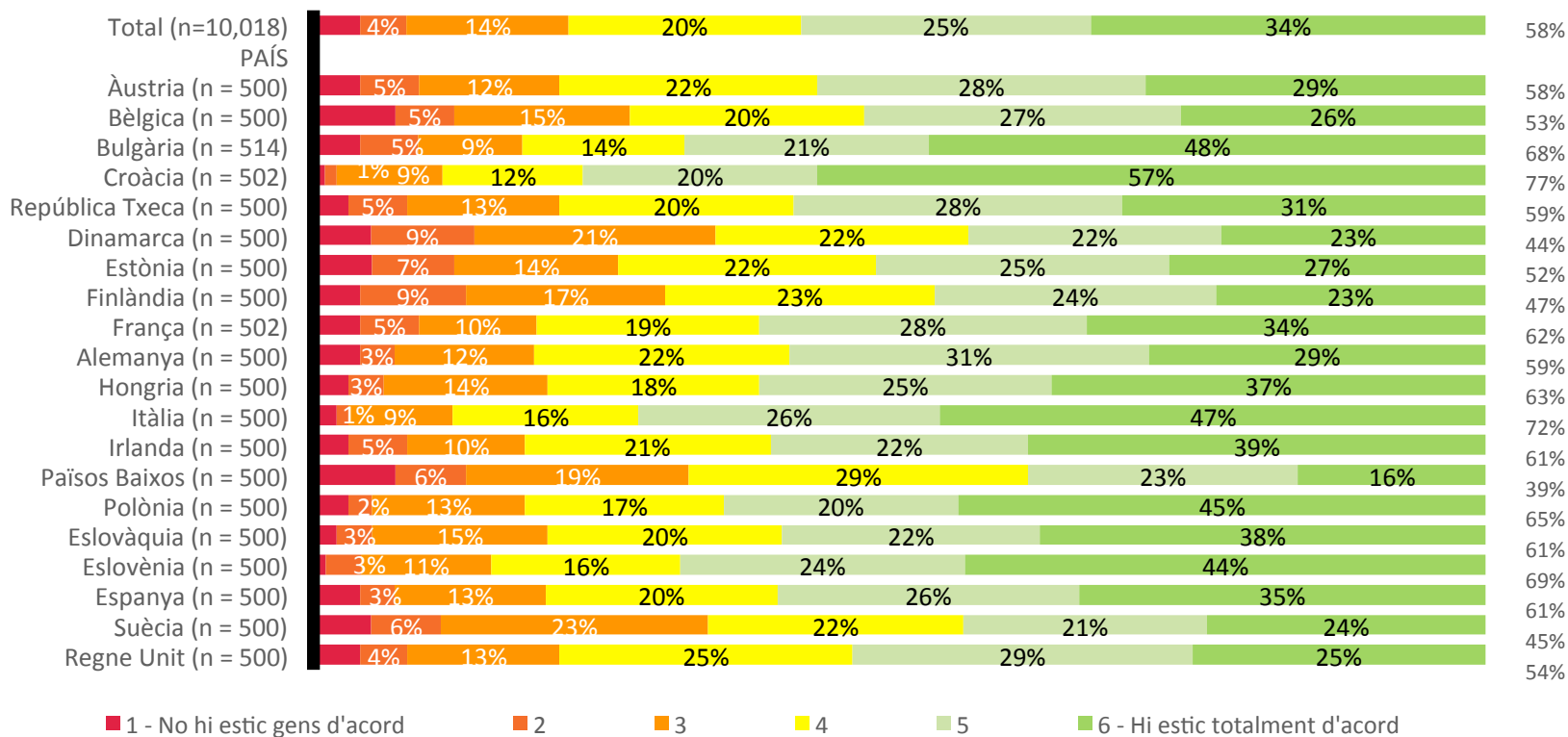
Dedicaria més temps i esforç en escollir un calçat respectuós amb el medi ambient i les condicions laborals si...

* Suma de "6 = hi estic totalment d'acord" + "5"

AFIRMACIONS SOBRE CALÇAT RESPECTUÓS AMB EL MEDI AMBIENT I ELS DRETS LABORALS

(2) Existís un etiquetatge fiables dels productes

T2B*



Base: total, n = 10.018

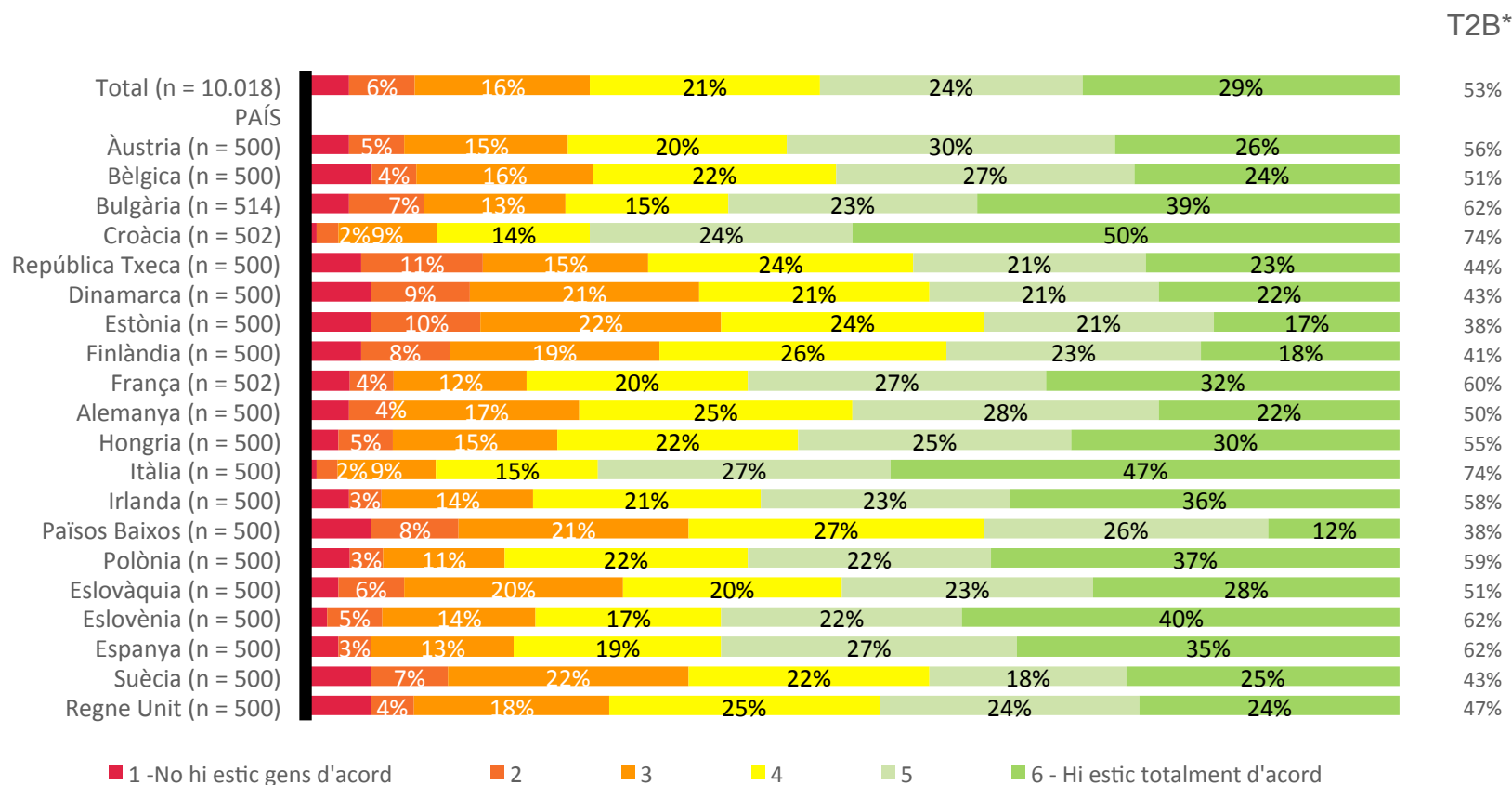
P7. Fins a quin punt està d'acord amb les afirmacions següents?

Dedicaria més temps i esforç en escollir un calçat respectuós amb el medi ambient i els drets laborals si...

* Suma de "6 = hi estic totalment d'acord" + "5"

AFIRMACIONS SOBRE CALÇAT RESPECTUÓS AMB EL MEDI AMBIENT I ELS DRETS LABORALS

(3) Hi hagués més informació sobre els processos de fabricació dels productes



Base: total, n = 10.018

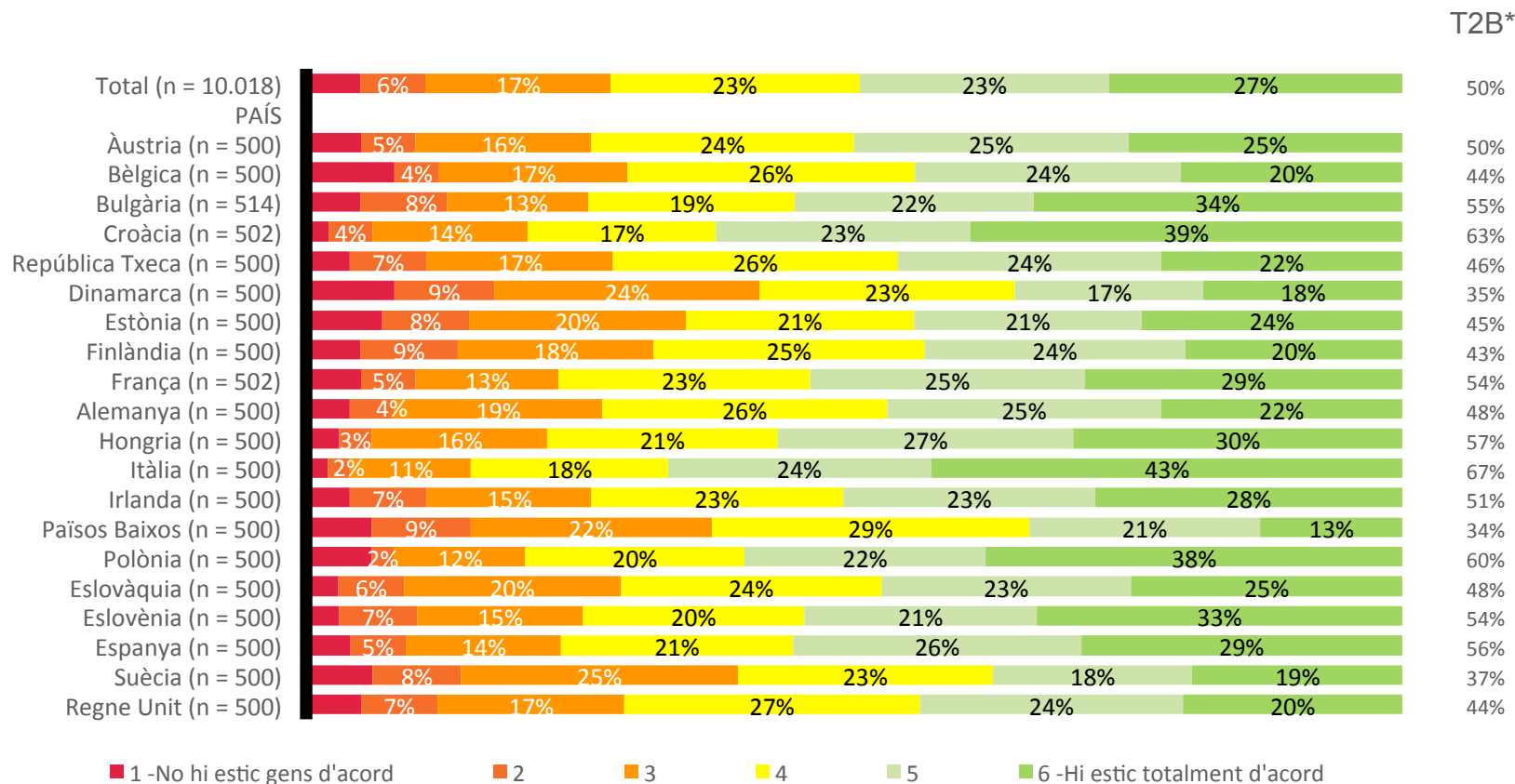
P7. Fins a quin punt està d'acord amb les afirmacions següents?

Dedicaria més temps i esforç en escollir un calçat respectuós amb el medi ambient i els drets laborals si...

* Suma de "6 = hi estic totalment d'acord" + "5"

AFIRMACIONS SOBRE CALÇAT RESPECTUÓS AMB EL MEDI AMBIENT I ELS DRETS LABORALS

(4) Aquests productes es poguessin comprar a prop d'on visc



Base: total, n = 10.018

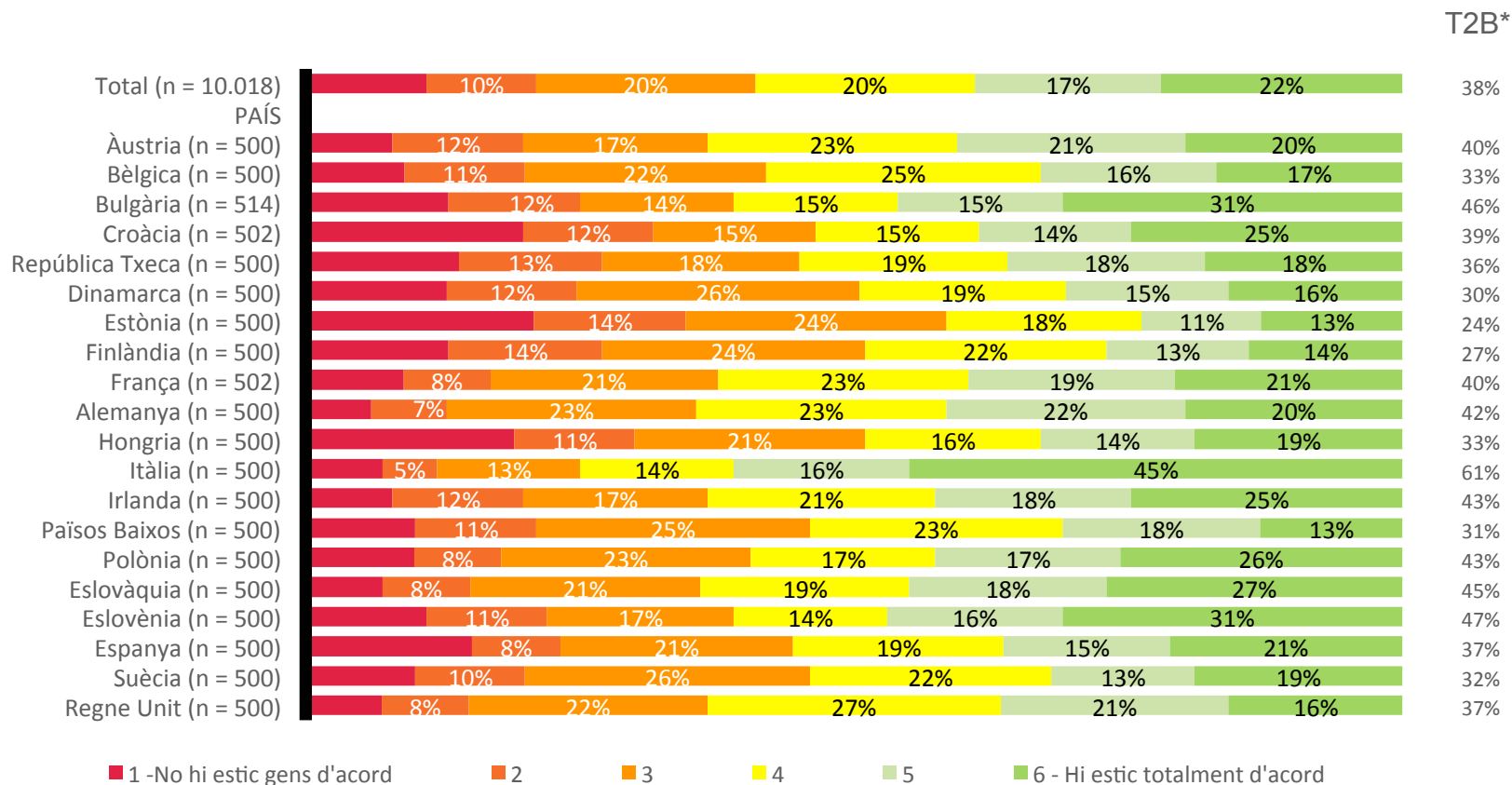
P7. Fins a quin punt està d'acord amb les afirmacions següents?

Dedicaria més temps i esforç en escollir un calçat respectuós amb el medi ambient i els drets laborals si...

* Suma de "6 = hi estic totalment d'acord" + "5"

AFIRMACIONS SOBRE CALÇAT RESPECTUÓS AMB EL MEDI AMBIENT I ELS DRETS LABORALS

(5) Fos un tema prioritari per a la classe política



Base: total, n = 10.018

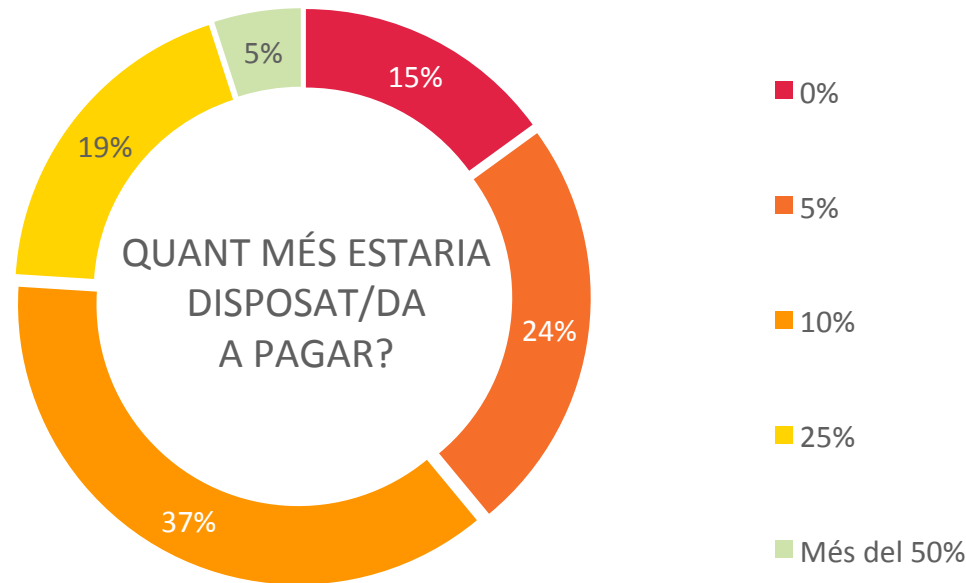
P7. Fins a quin punt està d'acord amb les afirmacions següents?

Dedicaria més temps i esforç en escollir un calçat respectuós amb el medi ambient i els drets laborals si...

* Suma de "6 = hi estic totalment d'acord" + "5"

PAGAR MÉS PER CALÇAT RESPECTUÓS AMB EL MEDI AMBIENT I AMB ELS DRETS LABORALS?

El 85% de les persones enquestades estaria disposat a pagar, com a mínim, una mica més per tal d'obtenir un calçat respectuós amb el medi ambient i els drets laborals. Una quarta part estaria disposada a pagar, com a mínim, un 25% més.

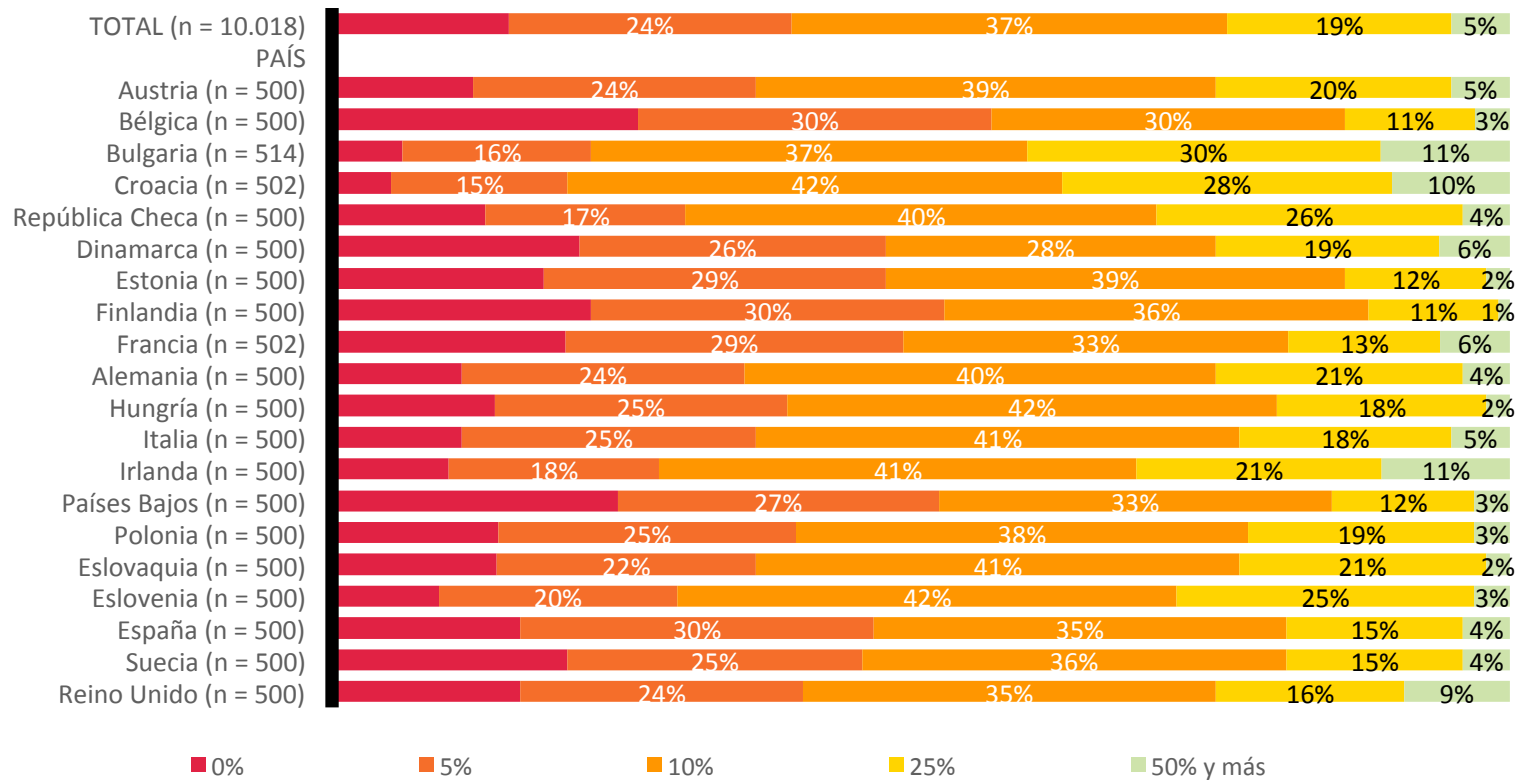


Base: total, n = 10018

P8. Quant més estaria vostè disposat/da a pagar per calçat produït de manera respectuosa amb el medi ambient i els drets laborals?

PAGAR MÉS PER CALÇAT RESPECTUÓS AMB EL MEDI AMBIENT I AMB ELS DRETS LABORALS?

La ciutadania de Bulgària i Croàcia és la que mostra una predisposició més àmplia a pagar més per un calçat amb garantia ecològica i social. Als Països Baixos i Bèlgica, en canvi, la predisposició és molt baixa.



Base: total, n = 10018

P8. Quant més estaria vostè disposat/da a pagar per calçat produït de manera respectuosa amb el medi ambient i els drets laborals?

DESPESA MITJANA ANUAL EN CALÇAT (ÚS PERSONAL)

La despesa mitjana en calçat està estretament relacionada amb la riquesa de cada país. Itàlia és el país amb la despesa mitjana més elevada.

	TOTAL	ÀUSTRIA	BÈLGICA	BULGÀRIA	CROÀCIA	REPÚBLICA TXECA	DINAMARCA	ESTÒNIA	FINLÀNDIA	FRANÇA	ALEMANYA	HONGRIA	ITÀLIA	IRLANDA	PAÏSES BAIXOS	POLÒNIA	ESLOVÀQUIA	ESLOVÈNIA	ESPANYA	SUÈCIA	REGNE UNIT
BASE	10,018	500	500	514	502	500	500	500	500	502	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
MITJANA	171.9	205.0	184.1	120.9	179.7	116.5	186.2	164.5	140.4	180.1	201.7	98.3	216.9	180.6	197	147.7	166.7	180.2	189.8	173.3	209.7
MENYS DE 50 EUROS	17%	7%	13%	24%	12%	25%	13%	16%	21%	16%	11%	43%	10%	11%	15%	27%	14%	9%	11%	19%	17%
51-100	27%	24%	24%	37%	26%	34%	24%	29%	32%	29%	23%	33%	20%	27%	20%	29%	30%	28%	24%	29%	24%
101-200	27%	30%	31%	26%	32%	29%	27%	29%	28%	26%	27%	17%	28%	29%	30%	23%	27%	33%	30%	26%	22%
201-300	15%	21%	16%	7%	18%	7%	18%	14%	12%	15%	22%	4%	19%	19%	16%	11%	16%	15%	21%	12%	14%
301-400	7%	8%	10%	3%	4%	2%	10%	7%	4%	6%	10%	3%	11%	6%	7%	3%	7%	8%	7%	6%	8%
401-500	3%	4%	3%	2%	2%	1%	4%	2%	2%	3%	3%	0%	5%	3%	4%	1%	3%	3%	3%	3%	5%
501-600	2%	4%	2%	0%	2%	1%	2%	1%	1%	1%	2%	0%	3%	2%	4%	2%	1%	1%	2%	3%	2%
601-700	1%	1%	1%	0%	2%	0%	1%	1%	0%	2%	1%	0%	2%	0%	1%	1%	0%	0%	2%	1%	3%
701-800	1%	1%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	1%	1%	0%	1%	1%	1%	0%	0%	0%	1%	1%	2%
801-900	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	1%	1%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
901-1.000	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
MÉS DE 1.000 EUROS	0%	1%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	1%	1%	0%	0%	0%	0%	1%	1%	0%	0%	1%	2%

Base: total, n = 10.018

P9. Quant es gasta anualment en calçat (terme mitjà)?

nielsen
.....

AN UNCOMMON SENSE
OF THE CONSUMER™

