

Z 2. edycji badania „Buy Locally Index” przygotowanego przez Grant Thornton wynika, że Polacy na zakupach są lokalnymi patriotami. Wskaźnik mierzący patriotyzm konsumencki jest w Polsce prawie dwukrotnie wyższy niż np. w Niemczech.

Lokalne produkty mają dwie zalety: ekologiczną (krótsza droga transportu) i ekonomiczną (pieniądze do nas wracają w postaci wyższych wynagrodzeń, miejsc pracy czy lepszych usług publicznych). Dlatego przed rokiem Grant Thornton postanowiło sprawdzić, jak silna jest w Polsce oraz innych gospodarkach Unii Europejskiej skłonność do nabywania lokalnych produktów. Opracowano w tym celu autorski miernik, tzw. Buy Locally Index, a wyniki pierwszego badania opublikowano we wrześniu 2021 roku.

W 2022 roku ponownie przeprowadzono badanie, na bazie nowych danych makroekonomicznych z gospodarki. Wynika z niego, że polscy konsumenci nadal są jednymi z najbardziej skłonnych do patriotyzmu konsumenckiego wśród dużych gospodarek UE. Buy Locally Index w 2022 roku wyniósł w przypadku Polski 68,1 pkt. Spośród 10 największych gospodarek UE wyprzedza ją tylko Hiszpania. Polacy chętniej kupują lokalne produkty niż kojarzeni często z patriotyzmem gospodarczym Francuzi czy Włosi, a Niemców wyprzedzają niemal dwukrotnie.

Niestety jest też druga strona medalu. Okazuje się, że w minionym roku patriotyzm konsumencki Polaków spada. Buy Locally Index dla Polski obniżył się o 2 pkt w porównaniu z poprzednią edycją badania, a od 2010 roku (przy zachowaniu opracowanej metodologii) wynosiłby 86,6 pkt, czyli obniżył się o ponad 1/5.

Więcej informacji [tutaj](#).

*Źródło: Grant Thornton*