ZWYCZAJE ŻYWIENIOWE W POLSCE

Co się zmieniło przez ostatnie 25 lat?

Raport przygotowany dla

Biedronka

25.10.2021

Ipsos

Szanowni Państwo,

Cieszymy się, że sięgacie po tę kronikę 25-letniej podróży kulinarnej i zakupowej Polaków, której sieć Biedronka była aktywnym uczestnikiem. Podróży, w której nie było złych kierunków, jednak konsekwentnie z upływem czasu zmieniał się wymarzony cel, tak jak zmieniały się wiedza i podejście Polaków do odżywiania. Nie mamy też cienia wątpliwości, że za kolejne 25 lat inaczej będziemy patrzeć na ten punkt, w którym dzisiaj jesteśmy.

Naszą ambicją była realizacja tego badania na 25-lecie naszej sieci, które przypadło na rok 2020, plany te zostały jednak pokrzyżowane przez pandemię. Badanie ostatecznie zrealizowaliśmy w tym roku przy współpracy z renomowanym ośrodkiem badawczym IPSOS i z wielką przyjemnością dzielimy się z Państwem najważniejszymi wnioskami z niego płynącymi.

Raport z badania, który oddajemy w Państwa ręce to obszerne źródło informacji, pozwalające zrozumieć m.in. dlaczego Polacy w swoich zwyczajach żywieniowych są rozdarci, co najbardziej zmieniło się w naszym sposobie żywienia, a co pozostaje niezmienne, jak zmieniło się nasze podejście do robienia zakupów i gotowania, a także jak Biedronka zmieniła zwyczaje zakupowe Polaków i za co cenią ją konsumenci oraz w jakich kategoriach produktów polskość ma największe znaczenie.

Życzymy inspirującej lektury oraz wszystkiego smacznego i zdrowego na talerzach.

Arkadiusz Mierzwa
Dyrektor ds. Komunikacji Korporacyjnej i CSR

Karolina Błońska
Starsza Menedżerka ds. CSR

Szanowni Państwo,

W ciągu ostatnich 25. lat obserwowaliśmy duże zmiany w naszych wyborach żywieniowych. Chętniej czytamy etykiety i sięgamy po produkty niskotłuszczowe czy niskocukrowe. Dodatkowo same produkty dostępne w polskich sklepach podlegają zmianom składu, dzięki którym jest w nich coraz mniej cukru, soli i tłuszczu.

Mimo dobrych chęci wciąż jest wiele do zrobienia. W opublikowanym właśnie przez NIZP PZH-PIB raporcie pt.„ Krajowe badanie sposobu żywienia i stanu odżywienia populacji polskiej" zwracamy uwagę, że spożywamy posiłki nieregularnie i nie o stałych porach, a zawierają one zbyt mało warzyw i owoców, produktów pełnoziarnistych czy ryb. Zjadamy zbyt dużo mięsa czerwonego, zwłaszcza wieprzowego, oraz wyrobów mięsnych. Jedynie małe dzieci jedzą i piją wystarczającą ilość mleka i produktów mlecznych. Młodzież natomiast sięga często po dania typu „fast food" czy słone przekąski.

W konsekwencji wciąż wspólnym wyzwaniem jest nadmierna masa ciała, ponieważ w badaniu stwierdzono nadwagę u 52,4 proc. mężczyzn i 32 proc. kobiet, a otyłość u obu płci dotyka ponad 16% uczestników badania.

Prawidłowe zbilansowanie diety wymaga motywacji, wiedzy i umiejętności komponowania optymalnej diety. Opracowany przez nas Talerz Zdrowego Żywienia jest swoistym kompasem dla wyborów żywieniowych i planowania pełnowartościowych posiłków. Stosując się do tych zasad i wybierając odpowiednie produkty możemy nie tylko zahamować czy odwrócić przyrost masy ciała, ale również zapobiegać chorobom powiązanym z dietą, jak cukrzyca czy nowotwory. A przede wszystkim mieć więcej energii i radości każdego dnia.

dr hab. n. o zdr. Grzegorz Juszczyk
Dyrektor Narodowego Instytutu Zdrowia Publicznego
PZH – Państwowego Instytutu Badawczego

Raport powstał przy współpracy merytorycznej z ekspertami NIZP PZH - PIB

SPIS TREŚCI

STRONY 8-115

STRONY 116-167

STRONY 168-190

STRONY 191-195

STRONY 196-224

STRONY 225-279

PODSUMOWANIE: STRONY 280-288

4 OBSZARY, 3 PERSPEKTYWY

ZWYCZAJE ŻYWIENIOWE

- Posiłki – jakie, gdzie, z kim
- Gotowanie w domu i jedzenie na mieście/ zamawianie
- Produkty – częstotliwość spożywania
- Specjalne potrzeby i specjalne produkty

ZDROWE ODŻYWIANIE

- Świat idealny
- Postawy

ZWYCZAJE ZAKUPOWE

- Gdzie, jak często, wydatki

ROLA BIEDRONKI

- Wizerunek
- Marki własne
- Oferta zdrowych produktów i specjalnych kategorii

Kiedyś i dziś – co się zmieniło?

Zmiany w okresie pandemii

Zoom na seniorów

Badanie ilościowe

Badanie jakościowe

Desk research

METODOLOGIA I OPIS PRÓBY

Badanie ilościowe

Metoda:

Badanie zostało zrealizowane dwutorowo:

— metodą **CAWI** na panelu Ipsos z respondentami w wieku 18-65

— metodą **CAPI** z seniorami (w wieku 65+)

Termin realizacji:

— Sierpień 2021

Próba:

— **N=2000** Polaków w wieku 18-65 (kwoty odzwierciedlające rozkład w populacji ze względu na: płeć, wiek, region i wielkość miejscowości)

— **N=80** Polaków od 65 roku życia – badanie realizowane face to face, aby dotrzeć także do seniorów niekorzystających z internetu

METODOLOGIA I OPIS PRÓBY

Badanie jakościowe

Metoda:

- **Konsumenci**: forum online: 7 dni, 32 osoby
- Wywiady pogłębiające: 9 osób, 2h
- **Eksperci**: wywiady z ekspertami reprezentującymi środowisko naukowe, gastronomiczne, producentów żywności.
- **Eksperci wewnętrzni Biedronki**: wywiady z ekspertami odpowiedzialnymi za jakość produktów z różnych kategorii

Próba konsumencka:

- Kobiety, mężczyźni
- Grupy wiekowe: 18-24/ 25-40/ 41-60
- Warszawa, Bydgoszcz, małe miejscowości z województwa świętokrzyskiego
- Single, osoby żyjące w parach, z dziećmi, bez dzieci.

Termin realizacji:

- Lipiec - sierpień 2021

LEGENDA I OBJAŚNIENIA TERMINÓW UŻYWANYCH W RAPORCIE

Oznaczenia istotności między pomiarami/ grupami:

Oznacza istotnie statystycznie wyższy odsetek obserwowanych odpowiedzi

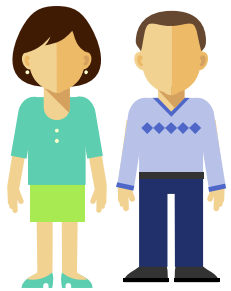
Oznacza istotnie statystycznie niższy odsetek obserwowanych odpowiedzi

Istotności liczone są przy przedziale ufności 95%

Przy wybranych zagadnieniach zwracamy również uwagę na różnice istotne statystycznie pomiędzy różnymi grupami populacji (podział ze względu na płeć, wiek, wykształcenie, wielkość miejscowości zamieszkania). Jeśli różnice występują, zaznaczamy je przy pomocy indeksów – legenda poniżej. Indeksy wskazują o ile częściej (wartości w %) dana grupa demograficzna wskazała analizowaną odpowiedź w porównaniu do całej badanej próby (total).

*Wzór: INDEKS = Podgrupa / Total*100. Jeżeli Indeks ma wartość 150, wynik danej podgrupy to 150% wyniku dla całej populacji, np.: z oznaczenia* K: **170** *wynika, że wynik kobiet to 170% wyniku populacji i jest statystycznie istotnie wyższy od wyniku dla ogółu Polaków 18-65.*

Oznaczenia indeksów dla wybranych grup demograficznych:

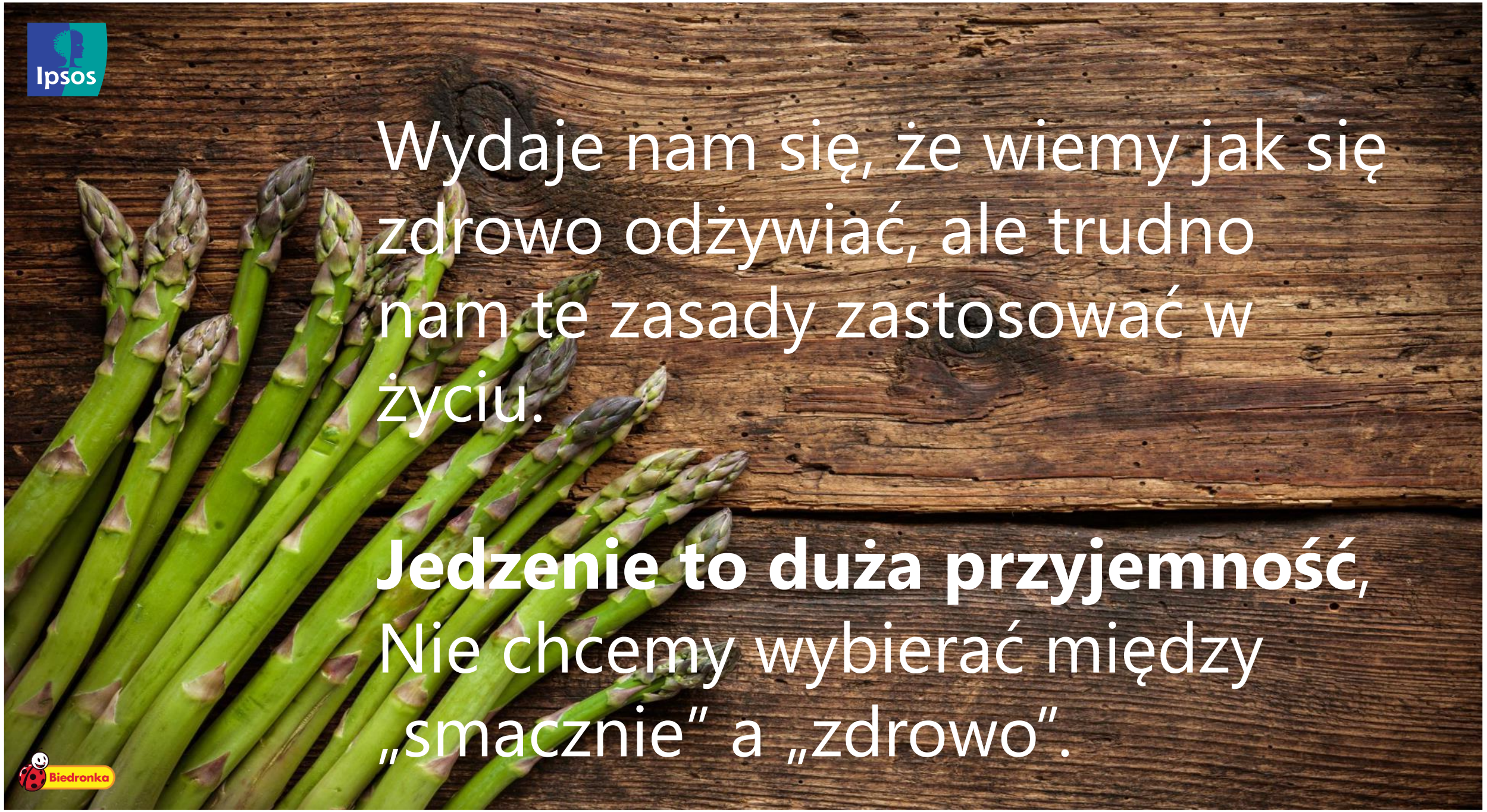
PŁEĆ	WIEK	WYKSZTAŁCENIE	WIELKOŚĆ MIEJSCOWOŚCI
kobiety K: **100**	18-29 lat 18-29: **100**	podstawowe + zawodowe Podst.: **100**	Wieś Wieś: **100**
mężczyźni M: **100**	30-39 lat 30-39: **100**	średnie Śrdn: **100**	Miasto do 100 tys. <100 tys.:**100**
	40-49 lat 40-49: **100**	wyższe Wyższ: **100**	Miasto 100 tys.+ 100tys.+: **100**
	50-65 lat 50-65: **100**		
	65 lat i więcej 65+: **100**		

ŚWIADOMOŚĆ ROLI ZDROWEGO ODŻYWANIA A ZACHOWANIA

1

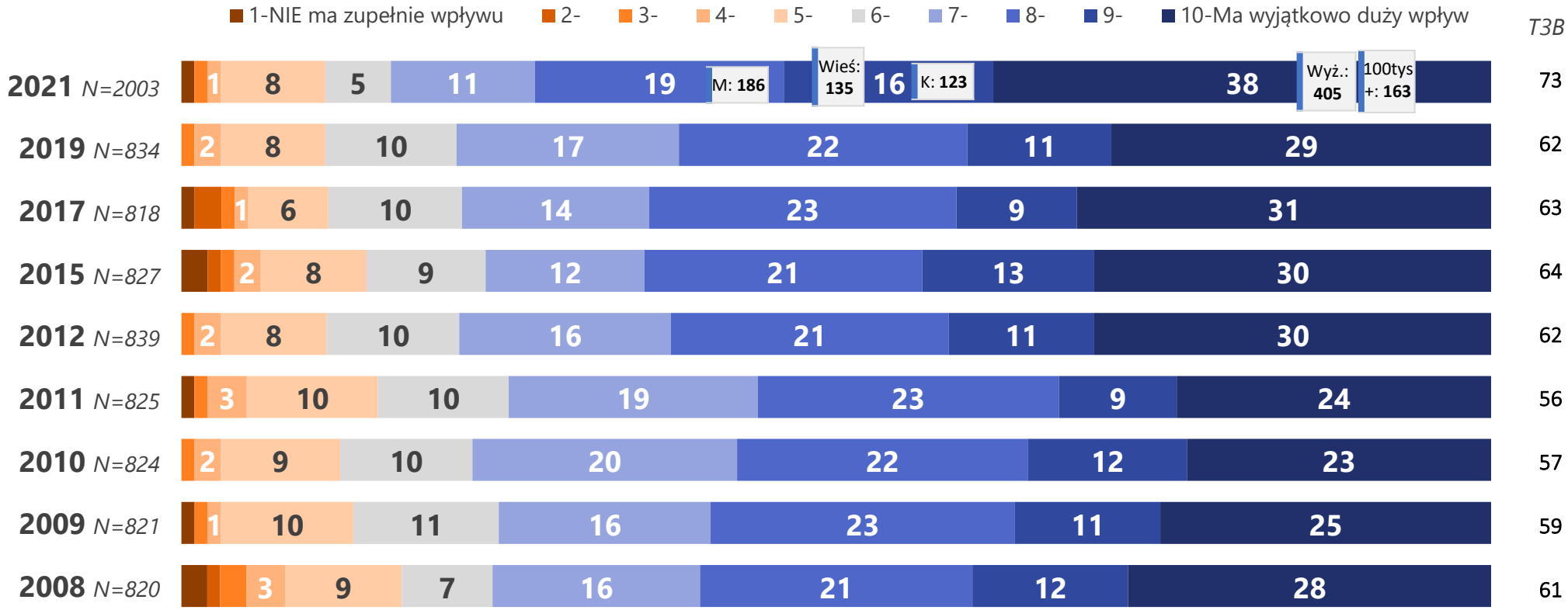
… czyli o rozdźwięku między postawami a zachowaniami w żywieniu

© Ipsos dla Jeronimo Martins Polska 2021


Wydaje nam się, że wiemy jak się zdrowo odżywiać, ale trudno nam te zasady zastosować w życiu.
Jedzenie to duża przyjemność, Nie chcemy wybierać między „smacznie" a „zdrowo".

Niezmiennie od lat wierzymy, że odżywianie ma wpływ na zdrowie, ok. 60% z nas wierzy nawet, że bardzo duży wpływ.

JAKI WPŁYW NA ZDROWIE MA SPOSÓB ODŻYWIANIA?



Dane: *w %*
Pyt.: *A26. Jak Pan(i) uważa, w jakim stopniu to co jemy, to jak się odżywiamy, wpływa na nasze zdrowie i zdrowy wygląd . Proszę użyć skali od 1 do 10, gdzie 1 oznacza „nie ma zupełnie wpływu", a 10 - „ma wyjątkowo duży wpływ". Proszę pamiętać o możliwości udzielenia oceny pośredniej od 2 do 9*
Baza*: wszyscy respondenci, Raport syndykatowy Ipsos 'Trendy w zwyczajach żywieniowych' 2019 n=834, Ipsos dla Jerónimo Martins 2021. Próba reprezentatywna Polakow, N=2003*

POSTAWY ≠ ZACHOWANIA

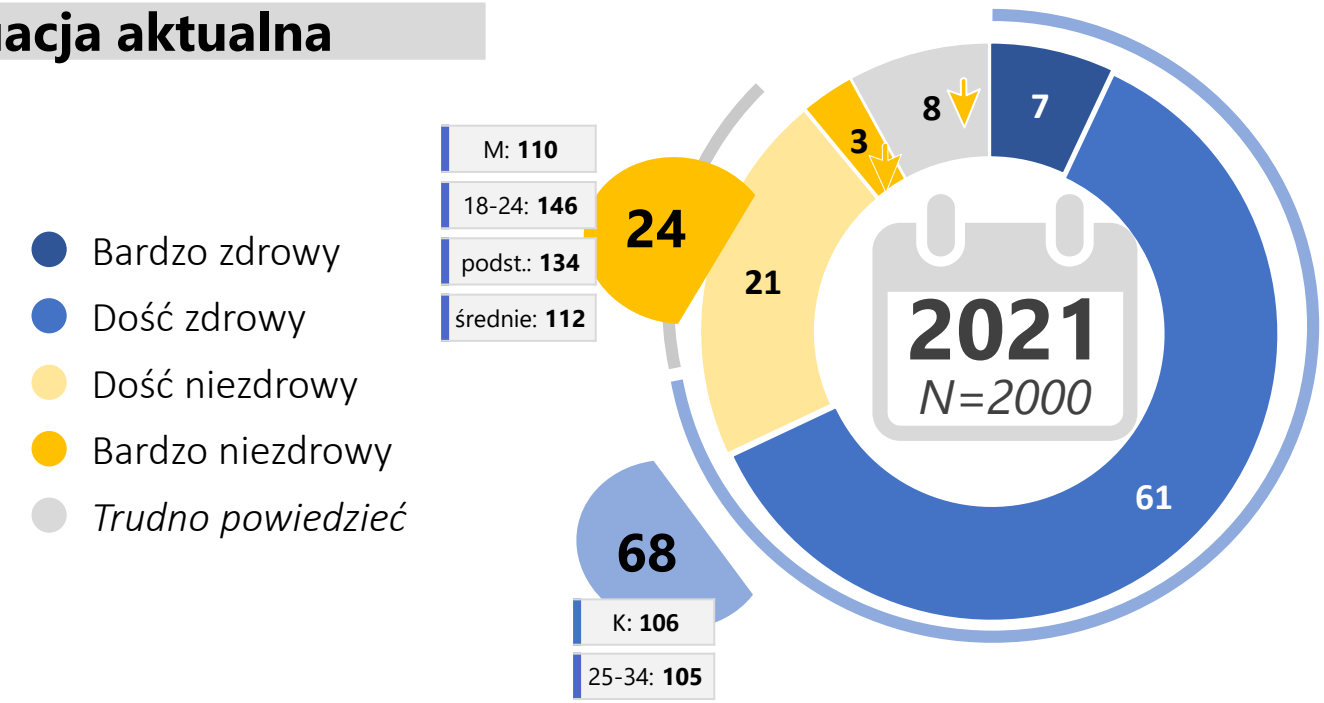
Większość z nas ma poczucie, że dość zdrowo się odżywia

Ale ponad 50% ma nadwagę lub otyłość

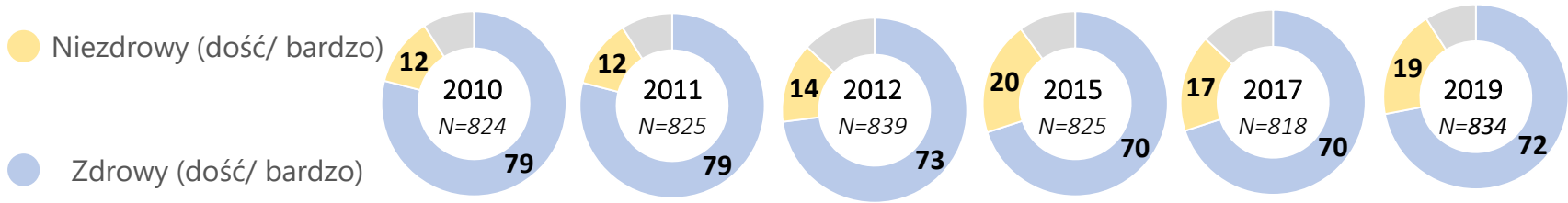
Talerz żywieniowy – źródło: www.gov.pl

Dwie trzecie Polaków uważa, że odżywia się zdrowo. Systematycznie rośnie jednak grupa osób świadomych faktu, że ich sposób odżywiania się nie jest zdrowy!

Sytuacja aktualna



Perspektywa historyczna



***Dane**: w %*
***Źródło**: dane historyczne: Raport syndykatowy Ipsos Food Trends – edycja 2021, próba reprezentatywna Polaków, N=804.*
Sytuacja aktualna: badanie ilościowe, Ipsos dla Jerónimo Martins. Próba reprezentatywna Polakow, N=2003. A06. Jak, ogólnie rzecz biorąc, ocenia Pan(i) swój obecny sposób odżywiania się.

Mamy poczucie, że odżywiamy się zdrowiej niż 25 lat temu, bo wzrosła nasza wiedza na temat zdrowego żywienia. Jednak w rzeczywistości, obecna dieta nie zawsze jest zdrowsza niż dawniej.

1996 → **2021**

Dieta postrzegana jako dość zdrowa na tamte czasy:

- **Świeże, nieprzetworzone produkty** (z targu, z ogródka, nawet w sklepach często od lokalnych producentów).
- **Gotowanie w domu** – bardzo duży osobisty wpływ na to co się jadało, gotowanie według sprawdzonych przepisów = zbilansowana dieta.
- **Aktywność fizyczna** (praca fizyczna, dużo ruchu) i dieta wysokoenergetyczna, dostosowana do zapotrzebowania kalorycznego.

Wysoka świadomość konsumentów dot. zdrowego żywienia, i szeroka dostępność przystępnej cenowo żywności dobrej jakości, ALE:

- Brak kompleksowej wiedzy o żywieniu, **ograniczone umiejętności wyboru właściwych produktów i zbilansowania diety:**
  - Np. wprowadzanie tylko wybranych zaleceń żywieniowych, podatność na krótkotrwałe mody żywieniowe, nie czytanie lub niewłaściwa interpretacja informacji umieszczonych na etykiecie, etc.
- **Szybkie życie, stres, zindywidualizowana konsumpcja** – rzadkie gotowanie w domu, jedzenie przetworzonych produktów „na szybko", podjadanie.
- **Wysoka atrakcyjność przetworzonej żywności**, fast foodów.
- **Nieograniczony dostęp do przekąsek i słodyczy.**
- **Siedzący tryb życia, brak aktywności fizycznej.**

Źródło: Badane Eating Habits, wywiady z ekspertami, Ipsos 2021

Aktualizujemy swoją wiedzę o żywieniu. Nowa piramida żywieniowa (aktualnie Talerz Zdrowego Żywienia) „przebiła się” już do naszej świadomości.

- Zmiany w piramidzie żywieniowej pokazują tempo zmian cywilizacyjnych – **w 2009 roku w piramidzie żywieniowej** opublikowanej przez Instytut Żywności i Żywienia (za: dietetycy.org.pl) pojawia się **aktywność fizyczna jako podstawa**. **W 2016 warzywa i owoce stają się podstawą codziennego żywienia**.

Talerz żywieniowy – źródło: www.gov.pl

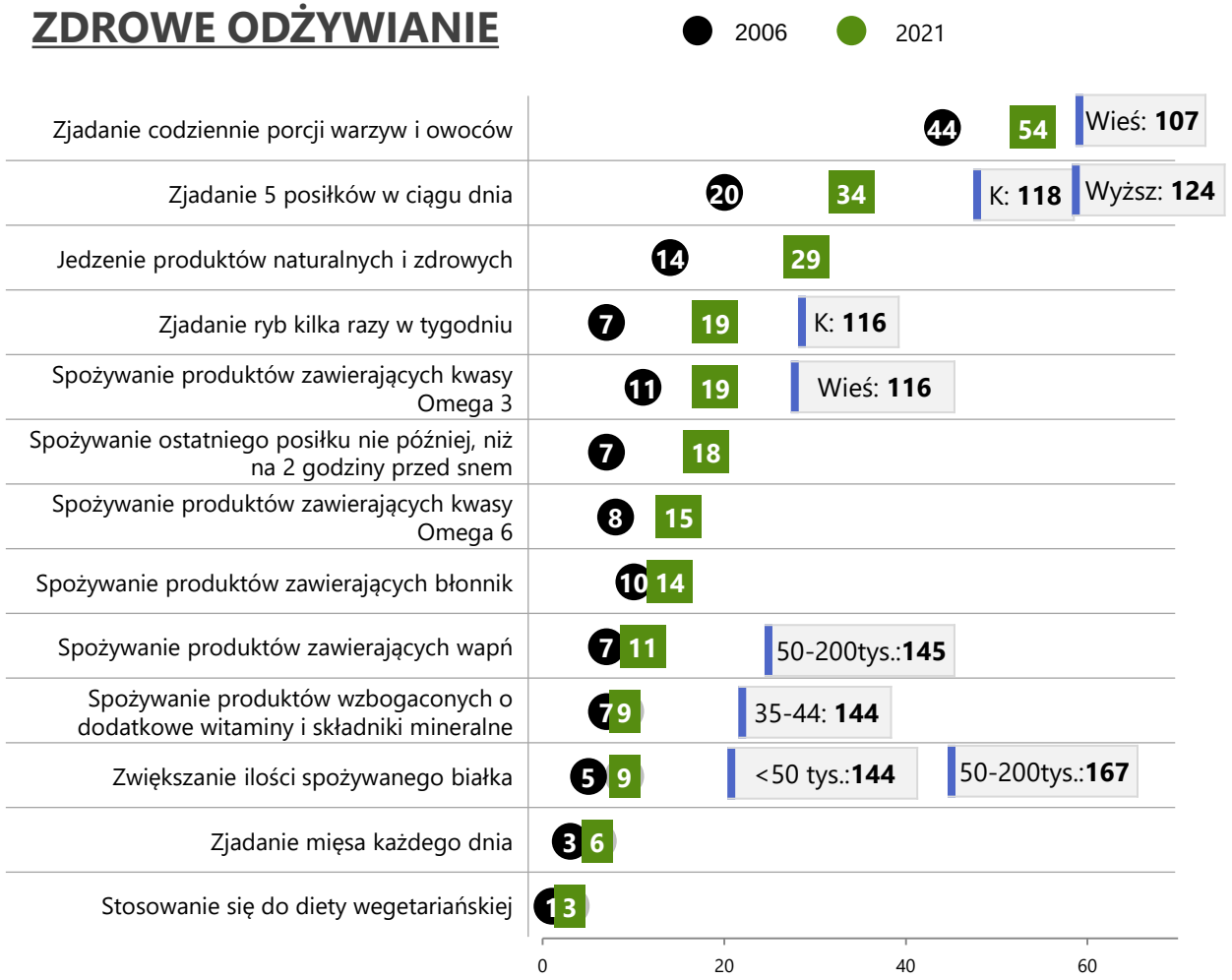
- **Wiemy, że powinniśmy:**
  - **Jeść więcej** warzyw i owoców,
  - **Ograniczyć cukier, sól, tłuszcz, słodycze i przetworzoną żywność.**

Myśląc o zdrowym żywieniu, od razu jednym tchem mówimy też o konieczności **podejmowania aktywności fizycznej!**

!

Zdrowe odżywianie to według Polaków jedzenie w ciągu dnia 5 posiłków skomponowanych z naturalnych i zdrowych składników, owoców i warzyw. Świadomość tych podstawowych zasad znacząco wzrasta.

ZDROWE ODŻYWIANIE

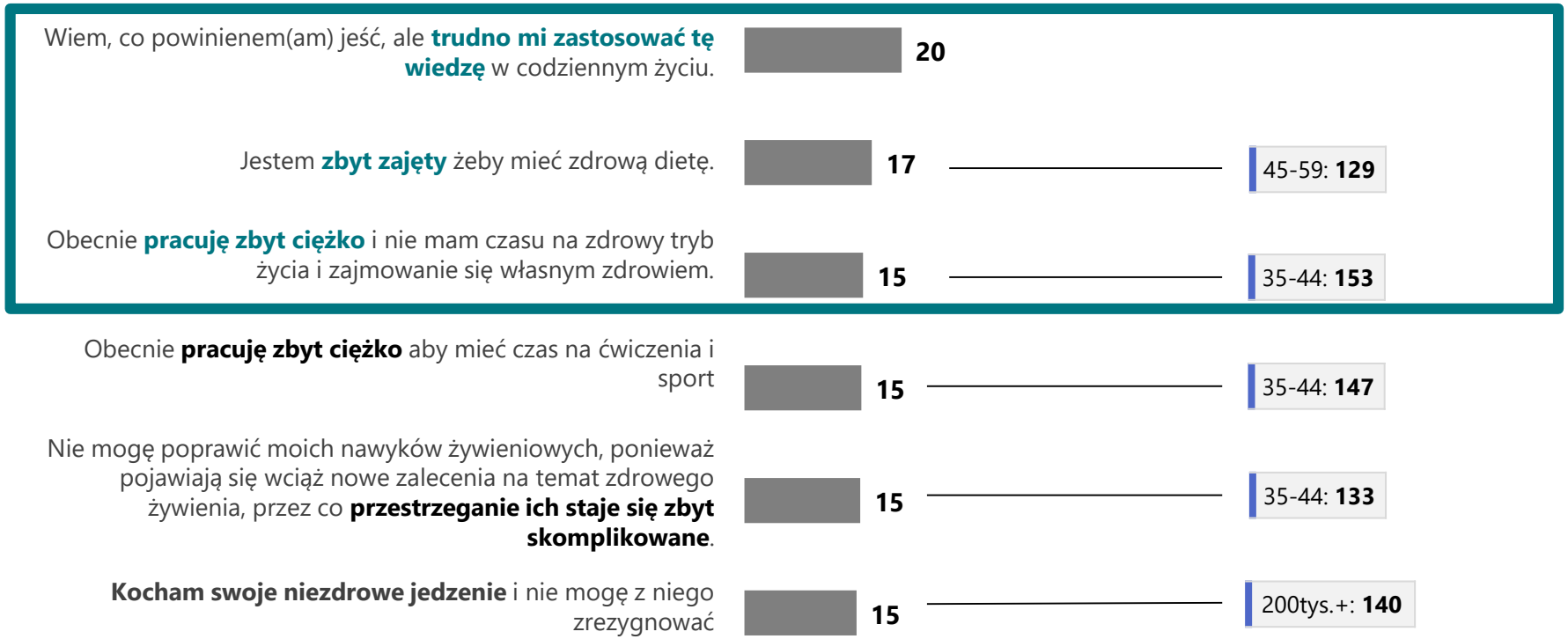


Dane: *w %*
Pyt.: *IPSOS 2006 vs 2021. Na czym, przede wszystkim, polega, Pana(i) zdaniem, zdrowe odżywianie?.*
Baza*: badanie syndykatowe Ipsos "Trendy w zwyczajach żywieniowych Polaków", badanie zostało zrealizowane na ogólnopolskiej, reprezentatywnej próbie osób w wieku 15 lat i więcej, N=820 (2006), N=804 (2021)*

Jednak trudno nam wiedzę przełożyć na zachowania. Odpowiedzialność za niestosowanie się do zaleceń zdrowego odżywiania zrzucamy na szybki styl życia i trudność w nadążaniu za ciągle zmieniającymi się zaleceniami żywieniowymi.

BARIERY WOBEC ZDROWEGO ODŻYWIANIA

(Top3boxes na skali 1-10)



Dane: *w %*
Pyt.: *C09. Proszę powiedzieć na ile się Pan(i) zgadza lub nie zgadza z każdym z następujących stwierdzeń. Przy ocenie proszę użyć 10-stopniowej skali, w której 1 oznacza „całkowicie się nie zgadzam", a 10 – „całkowicie się zgadzam". Proszę pamiętać o możliwości udzielenia ocen pośrednich od 2 do 9.*
Baza*: Raport syndykatowy Ipsos 'Trendy w zwyczajach żywieniowych' 2021, Badanie odbyło się w domach respondentów i zostało zrealizowane przy użyciu komputerów (CAPI). Realizacja badania: Druga połowa lipca 2021. Próba: Ogólnopolska próba reprezentatywna (ze względu na: płeć, wiek, wykształcenie, region i wielkość miejscowości), osoby w wieku 15 lat i więcej, N=804*

Ale przede wszystkim, trudno nam zmienić nawyki, bo zdrowe żywienie kojarzy się nam z ograniczeniem przyjemności jedzenia. A w dzisiejszych czasach nie chcemy być ograniczani i pragniemy natychmiastowej gratyfikacji.

JEDZENIE JAKO ŹRÓDŁO ZDROWIA

- Kojarzone z mniejszą przyjemnością, nudą i wyrzeczeniami. Choć także ze szczupłą sylwetką i dobrym zdrowiem. Ale: **KORZYŚĆ JEST ODROCZONA W CZASIE**

JEDZENIE JAKO ŹRÓDŁO PRZYJEMNOŚCI

- Kojarzone z wysokimi walorami smakowymi. **KORZYŚĆ JEST NATYCHMIASTOWA**
- Choć jednocześnie wiąże się z ryzykiem otyłości i chorób.

Źródło: *Badane Eating Habits, moduł jakościowy, Ipsos 2021*

Nasze deklaracje pokazują, że chcemy się zdrowo odżywiać, staramy się o siebie dbać, ale przyjemność jedzenia i walory smakowe często wygrywają.

Jedzenie jako źródło zdrowia

NIE ZGADZAM SIĘ *(Bottom2boxes)* — ZGADZAM SIĘ *(Top2boxes)*

Skala 1-4

Staram się jeść dużo owoców i warzyw
17 | 76

Tylko posiłki ze świeżych produktów są zdrowe, gdyż nie zawierają one żadnych dodatków i konserwantów
18 | 67

Przykładam specjalną wagę do tego, by odżywiać się w sposób urozmaicony
23 | 67

Jem dużo ryb i potraw z ryb
52 | 39

Zwracam uwagę na to, aby spożywać potrawy lekkostrawne i zdrowe
25 | 68

Źródło: Raport syndykatowy Food Trends 2021

Jedzenie jako źródło przyjemności

NIE ZGADZAM SIĘ *(Bottom2boxes)* — ZGADZAM SIĘ *(Top2boxes)*

Jedzenie jest dla mnie prawdziwą przyjemnością
15 | 74

Doznania smakowe są dla mnie w jedzeniu ważniejsze niż aspekty zdrowotne
36 | 48

Mam zdecydowaną słabość do słodyczy i przekąsek
35 | 55

Myślę, że dziennie zjadam więcej kalorii niż potrzebuję
37 | 49

Często jem tłusto
62 | 29

Pyt.: *OM01. Proszę przeczytać różne stwierdzenia dotyczące odżywiania. O każdym z nich proszę powiedzieć, czy pasuje ono do Pana(i), czy też nie pasuje, tym razem na skali 1-4, gdzie 1=zdecydowanie nie a 4=zdecydowanie tak.*
Źródło: *Ipsos dla Jerónimo Martins. Próba reprezentatywna Polakow, N=2003*

Rozdźwięk pomiędzy naszymi przekonaniami i zachowaniami buduje napięcie:

NAPIĘCIE

JEDZENIE JAKO ŹRÓDŁO ZDROWIA

- Zdrowe odżywianie = szczupła sylwetka i dobre zdrowie.

CZYNNIKI BUDUJĄCE NAPIĘCIE:

- **WYGLĄD**: pragnienia posiadania szczupłej sylwetki i presja społeczna na bycie szczupłym → szczególnie znaczące dla młodszych.
- **DOBRA FORMA NA LATA:** utrzymanie sprawności fizycznej i mentalnej → nabiera znaczenia z wiekiem.

JEDZENIE JAKO ŹRÓDŁO PRZYJEMNOŚCI

- Smaczne jedzenie wiąże się z ryzykiem otyłości i chorób.

Źródło: Badane Eating Habits, moduł jakościowy, Ipsos 2021

Postawy wobec odżywiania

Z tym napięciem radzimy sobie w różny sposób. Nasz faktyczny styl żywienia zależy od indywidualnego poziomu wiedzy nt. zdrowego odżywiania oraz motywacji do zmiany:

WYSOKA ŚWIADOMOŚĆ I WYSOKA MOTYWACJA

PROWADZĄ ZDROWY STYL ŻYCIA

- **Bardzo zdrowy sposób odżywiania**

STARAJĄ SIĘ ZDROWO ODŻYWIAĆ

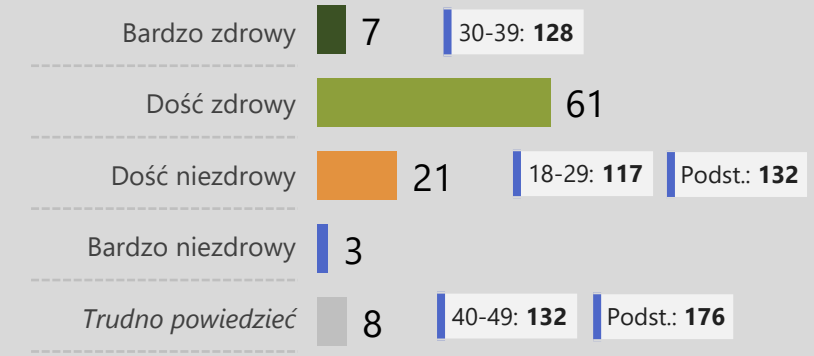
- **Dość zdrowy sposób odżywiania**

HEDONIŚCI - JEDZĄ CO LUBIĄ

- **Dość niezdrowy sposób odżywiania**

NISKA ŚWIADOMOŚĆ I/LUB NISKA MOTYWACJA

JAK OCENIAMY SWÓJ SPOSÓB ODŻYWIANIA?



Przyjemność jedzenia jest dla wszystkich grup priorytetem. Nawet zdrowa dieta musi być smaczna!

Dane: *w %*
Pyt.: *A06b. Jak, ogólnie rzecz biorąc, ocenia Pan(i) swój sposób odżywiania się w Pana(i) domu?*
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003, Respondenci w wieku >30 lat: n=1545*

Nieliczni z nas są bardzo konsekwentni w prowadzeniu zdrowego stylu życia, którego ważną częścią jest prawidłowe odżywianie i wysiłek fizyczny. (1/2)

PROWADZĄ ZDROWY STYL ŻYCIA

Podejście do odżywiania:

- **Świadomie się odżywiają** – ich **dieta jest zbilansowana. Nie ulegają bieżącym modom,** realizują **kompleksowy plan zdrowego odżywiania**. Mają **dużą wiedzę na temat składników odżywczych**,
- **Jadają regularnie**, często wybierają model 5 posiłków dziennie
- **Są konsekwentni** w podjętych wyborach żywieniowych, rzadko pozwalają sobie na odstępstwa, **nie podjadają** pomiędzy posiłkami
- **Wiedzą jak przygotować zdrowe posiłki żeby były smaczne –** nie mają poczucia dużych wyrzeczeń dietetycznych, bo **z łatwością urozmaicają posiłki**
- **Traktują zdrowe żywienie jako część zdrowego stylu życia, obok regularnej aktywności fizycznej** (regularnie uprawiają sport)
- **Otwarci na rzetelną wiedzę w zakresie żywienia**; mogą podążać za dietami uznanych autorytetów w obszarze sportu i jednocześnie dietetyki

Posiłki:

- Większość posiłków **przygotowują samodzielnie, ze świeżych składników**
- **Warzywa stanowią bardzo ważną część posiłków;** często zmniejszają ilość spożywanego mięsa na rzecz ryb czy roślin strączkowych
- **Stawiają na jakość produktów**, a nie na ilość
- **Ograniczają tłuszcz, cukier i sól**
- **Unikają smażenia**

Zwyczaje zakupowe:

- **Są bardzo kompetentni** w zakresie składu produktów
- Dokładnie **sprawdzają etykiety i mają w tym wysokie kompetencje**: poddają szczegółowej ocenie **skład odżywczy produktów i dodatki**
- **Unikają** produktów zawierających **ulepszacze i konserwanty** oraz **zbędny cukier, tłuszcz i sól**
- **Unikają produktów wysoko przetworzonych**
- Znaczącą **większość ich koszyka stanowią produkty świeże** (lub mrożonki zawierające nieprzetworzone surowce)
- **Wysoka jakość produktów jest kluczowa:** nie idą na kompromis z ceną, choć chętnie kupują swoje preferowane produkty na promocjach

Gotowe dania:

- **Korzystają z gotowych dań, ale wybierają tylko te z czystymi etykietami**
  - Zdrowe gotowe dania pomagają im utrzymać regularność posiłków w sytuacji gdy mają mało czasu na gotowanie
- **To grupa najbardziej świadoma wysokiej jakości i czystych etykiet gotowych dań w Biedronce - bo sprawdzają etykiety!**

© Ipsos

Nieliczni z nas są bardzo konsekwentni w prowadzeniu zdrowego stylu życia, którego ważną częścią jest prawidłowe odżywianie i wysiłek fizyczny. (2/2)

PROWADZĄ ZDROWY STYL ŻYCIA

Na stałe zmienili podstawowe grupy produktów w swojej diecie na zdrowsze

Wiedzą jak komponować zbilansowaną dietę

Planują posiłki, mają stałe pory posiłków i nie przejadają się

Przygotowywanie zdrowych i smacznych posiłków przychodzi im z dużą łatwością

*„**Stawiam na dużą ilość świeżych warzyw oraz chude mięsa** jak kurczak, indyk i wołowina. Jak makaron to ryżowy lub **pełnoziarnisty** albo warzywny. Ryż tylko brązowy, pieczywo ciemne. W mojej lodówce zawsze musi być plejada **warzyw, warzywne pasty, twarożki, chude wędliny, jajka, mleko roślinne** o niskiej zawartości tłuszczu, jogurt naturalny. Piję nałogowo **zieloną herbatę.**"*

*„Głównie króluje u mnie kuchnia chińska, tajska, meksykańska i indyjska. Ale **lubię także wymyślać własne lekkie dania**, które nie są charakterystyczne dla żadnego regionu."*

*„Bardzo starannie planuję jadłospis. Może nie liczę kalorii, ale mam zaplanowany jadłospis na cały tydzień do przodu. **Staram się nie przejadać**. **Do pracy zawsze zabieram drugie śniadanie** np.. sałatki, tortille itp. **Nigdy nie wychodzę z domu bez śniadania.**"*

*„W mojej diecie staram się **ograniczać cukier, nie jem też** nałogowo **ziemniaków** i staram się **jeść więcej dań bezmięsnych**. Teraz **kupuję dużo produktów, które są zdrowsze i lepsze jakościowo**, np. nauczyłam się jeść łososia. Mimo, że jest drogi to raz w tygodniu muszę go mieć na kanapce. **Sprawdzam też często składy na opakowaniach i wykluczam produkty, które mają długie listy**, czasem stoję po 15 minut przy lodówkach w sklepie i szukam co jest najlepsze. Jem mniej tłuszczu. Do takiej zmiany doszło bo czytałam mnóstwo rzeczy na temat zdrowego odżywiania."*

„Podstawą jest regularność, 5 posiłków codziennie w tych samych godzinach."

*„Tygodniowo robię zarys produktów z których będę chciał coś zrobić. **Mniej więcej wiem co ma ile makroskładników i z tego robię zoptymalizowane posiłki."***

© Ipsos

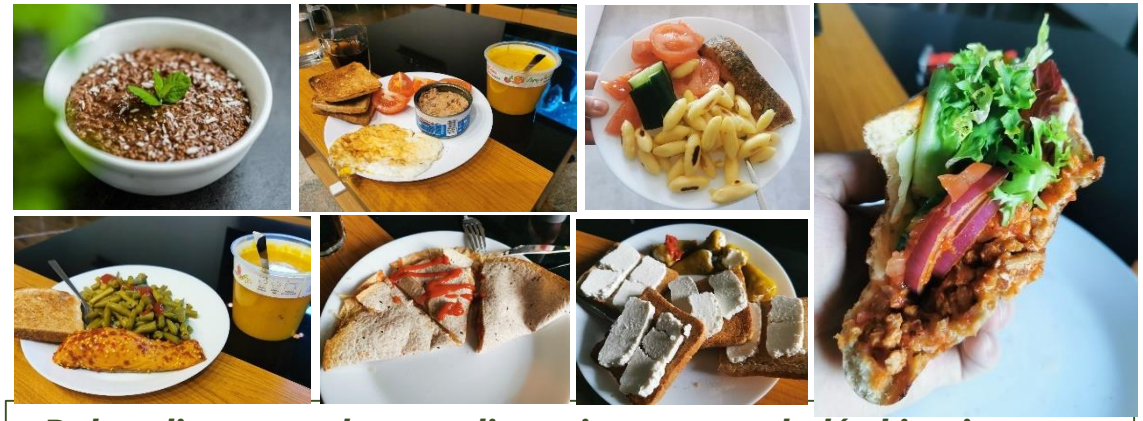
Kamil, 33 lata, singiel, małe miasto

PROWADZI ZDROWY STYL ŻYCIA

*„**Na pierwszym miejscu stawiam trening na siłowni**. Ogólnie pasjonują mnie sporty sylwetkowe, zakładając pełną naturalność."*

*„**Do pasji dochodzi również odpowiednie odżywianie** ale bez totalnej obsesji na punkcie fit posiłków - trzeba podejść zdroworozsądkowo."*

POSIŁKI:



*„**Dobra dieta to podstawa**, **dieta nie oznacza głodówki ani wyrzeczeń**. Dieta dobrze zbilansowana jest zdrowa**."***
*„**Pilnuję w diecie makroskładników w odpowiednich proporcjach** - aktualnie 50% węglowodany, 32 proteiny i 18% tłuszcze."*
*„**Gotowanie to dla mnie rutyna**, gotuję prawie codziennie."*
*„Rybę przygotowuję **bez tłuszczu na grillu elektrycznym."***

ZAKUPY:

*„**Zwracam uwagę w pierwszej kolejności czy dany produkt nie jest zbyt tłusty**, dalej na resztę makroskładników i jak mocno dany produkt jest przetworzony."*
*„**W Biedronce kupuję Skyr,** bo zawiera samo białko bez tłuszczu i ma bardzo dobrą cenę, ostatnio na promocji kupiłem 2 palety."*

GOTOWE DANIA:

*„**W Biedronce te dania, mimo że gotowe to mają dobry skład i nie są mocno przetworzone."***
*„**Zupy z Biedronki mają dobry skład** i stosuję je jako warzywny ‚zapychacz' do posiłków. To dobry zakup szczególnie na promocji 2+1 – skład dobry za dobrą cenę."*
*„**Kupowałem gotowe polędwiczki bez tłuszczu i pizzę na pełnoziarnistym cieście,** ale niestety zniknęły."*
*„**Kupuję mixy sałat**, ale gotowych sałatek nie bo się nie opłaca i zawierają dużo tłuszczu."*

ŹRÓDŁA INSPIRACJI ŻYWIENIOWYCH

„Korzystam ze stron kulturystycznych."
*„**Trener personalny** Patryk Konicki **jest dla mnie autorytetem** w sprawie treningu i żywienia."*
*„Ostatnio **influencerzy porównali różne produkty w Biedronce i w Lidlu pod kątem składu i ceny**. Większość była na korzyść Biedronki."*

Dla większości z nas zdrowe odżywianie jest aspiracyjne, ale trudne. (1/2)

STARAJĄ SIĘ ZDROWO ODŻYWIAĆ

Podejście do odżywiania:

- **Lubią jeść i eksperymentować ze smakami**, przyjemność jest bardzo silnym motywatorem wyborów żywieniowych
- **Znają ogólne zasady zdrowego odżywiania, ale trudno im je wprowadzić w życie:**
  - Niełatwo jest **zmienić nawyki żywieniowe**
  - **Jedzenie** jest dla nich **ważnym źródłem przyjemności** i rezygnacja z produktów, które lubią, stanowi spore wyzwanie
  - **Są przekonani o tym, że zdrowe pożywienie jest mniej smaczne -** nie mają kompetencji w przygotowywaniu zdrowych i jednocześnie smacznych posiłków
  - **Czasem: to osoby, które są przekonane, że w jedzeniu najważniejszy jest zdrowy rozsądek i nie trzeba sobie odmawiać przyjeności –** dlatego część zasad zdrowego żywienia wdrażają, część nie
- **Do zdrowej diety podchodzą wyrywkowo**, a nie kompleksowo:
  - np. częściowo zamieniają mięso czerwone na białe, ale wciąż jedzą tylko białe pieczywo i słodycze; jedzą warzywa i owoce i ryby, zwracają uwagę na składy, a jednocześnie: jedzą nieregularnie i sięgają po gotowe produkty i fast food
  - **Ulegają bieżącym modom**: np. ograniczają ilość mięsa czy zaczynają dietę bezglutenową (bez rozpoznania nietolerancji na gluten), ale **nie potrafią prawidłowo zbilansować diety**. Np. rezygnując z mięsa, zaczynają jeść więcej produktów mącznych
- **Nie są konsekwentni** w stosowaniu wdrożonych zmian żywieniowych i często racjonalizują swoje zachowanie tłumacząc się brakiem czasu
- **Starają się podejmować aktywność fizyczną**, ale często w tym również nie są konsekwentni

Posiłki:

- Starają się przygotowywać posiłki ze świeżych produktów, ale **relatywnie często sięgają po żywność przetworzoną**, np. fast foody, słodkie i słone przekąski, słodkie napoje, etc.
- Często **mięso i/ lub produkty mączne stanowią podstawę diety**
- **Nie odmawiają sobie smażenia potraw**

Zwyczaje zakupowe:

- **Kupują to co im smakuje:** ich koszyk zawiera produkty zdrowe jak i te typowo przyjemnościowe
- **Starają się unikać produktów z konserwantami i ulepszaczami, ale rzadko dokładnie sprawdzają skład i wartość odżywczą produktów** (choć czasem ulegają modom i np. starają się nie kupować żywności zawierającej olej palmowy)
- **Promocje cenowe mogą wpłynąć na zmianę decyzji zakupowych**

Gotowe dania:

- **Kupują gotowe dania** kierując się swoimi preferencjami smakowymi, choć starają się unikać konserwantów
- **Nie zawsze są świadomi wysokiej jakości i czystych etykiet gotowych dań w Biedronce – bo wybiórczo je sprawdzają**

Dla większości z nas zdrowe odżywianie jest aspiracyjne, ale trudne. (2/2)

STARAJĄ SIĘ ZDROWO ODŻYWIAĆ

Wdrażają wybrane zasady zdrowego żywienia i dopasowują je elastycznie do swojego stylu życia

*„**Regularność jest ważna, dlatego jadam regularnie**, nawet jeśli ma to być **coś nie do końca zdrowego**. Jeśli rano mam dużo czasu to pijam koktajl z owoców, ale **tylko ze słodkich**. **Warzywa staram się kupować u sprawdzonych dostawców**, ale wiadomo trzeba po nie jechać dalej niż do marketu i na to **nie zawsze jest czas.**"*

Raczej nie planują posiłków, tylko spontanicznie decydują o tym co zjedzą

*„**Nie planuję jadłospisu** - wszystko to posiłki spontaniczne z tego co zazwyczaj znajduję się w moim zasięgu."*

*„**To zależy od czasu jakim dysponuję w ciągu dnia.** Staram się oczywiście jeść zawsze tak żeby wychodzić na tym dobrze, ale czasem zdarza się zjeść coś niezdrowego."*

Nie są konsekwentni w kontynuowaniu zdrowych nawyków

*„Rzeczywiście należy unikać zbyt tłustych potraw, mącznych sosów, jedzenia zbyt dużo pieczywa czy słodyczy. **Ale takie zupełnie jałowe jedzenie też nie jest zdrowe.** Wg mnie we wszystkim trzeba **zachować zdrowy rozsądek.**"*

*„**Bardzo rzadko planuję posiłki**. Jak jestem w sklepie to mniej więcej myślę o tym co mam w domu i co mogę dokupić. Nie zawsze idzie to zgodnie z planem i **kupuje kilka gotowców**. Częściej jem zdrowe produkty, staram się też ograniczać mięso i jem dużo warzyw i owoców. **Mogłabym jedynie jeść trochę mniej pieczywa, ale je lubię** ☺"*

*„Staram się zdrowo odżywiać, ale **są też okresy, gdzie kompletnie nie trzymam się własnych założeń** i jem wszystko na co mam aktualnie ochotę bez żadnych ograniczeń."*

*„Jeżeli chodzi o **styl żywienia to nie jest on u mnie do końca poukładany**. Mam różne etapy w życiu i raz jem lepiej pilnując się i przeliczając kcal, innym razem **sobie folguję i jem wszystko na co mam ochotę**. Często jak mam na coś ochotę a nie wiem na co, to na talerzu lądują **niezdrowe, zapychające przekąski.**"*

*„**Z reguły moja dieta jest zdrowa** (bogata w dużą ilość warzyw), ale **zdarzają się grzeszki** - słodycze. W mojej diecie za mało jest ryb."*

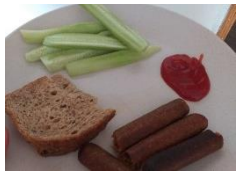
© Ipsos

Ola, 27 lat, mieszka z chłopakiem w dużym mieście

STARA SIĘ ZDROWO ODŻYWIAĆ

*„Kocham zwierzęta – często robimy **wycieczki z naszymi psiakami. Rodzina jest dla mnie ważna**. Staram się poświęcać im dużo czasu."*
***„Lubię dobre jedzenie**. Często szukam ciekawych miejsc z jedzeniem."*

POSIŁKI:



„Uwielbiam dobre jedzenie, jest to dla mnie duża przyjemność** kiedy mogę zjeść coś smacznego. Fajne jest to, że **ciągle można odkrywać nowe smaki. Jadamy dobrze, smacznie."
***„Odżywiam się w miarę zdrowo**, na studiach mieszkałam z weganami i sama staram się kilka razy w tygodniu zastąpić mięso. **Staramy się ograniczać tłuszcz**, robię też smoothie warzywne."*
*„Do diety **nie podchodzę restrykcyjnie**. Jak czujemy że coś jest dla nas dobre to jedzmy to."*
„Na kolację jadamy naleśniki, placki z jabłkiem lub pizzę."
***„Co drugi dzień piekę ciasto lub ciasteczka**, bo obydwoje z moim chłopakiem je lubimy."*

ZAKUPY:

***„Do końca to nie wiem co jest zdrowe**, chyba tylko do świeżych warzyw i owoców można mieć zaufanie."*
„Zdrowe produkty są drogie."
*„Zależy mi na tym, żeby produkty miały **jak najkrótszy skład, odrzucam te, które mają dużo tych różnych „E".***
*„Zwracam uwagę na to **żeby data ważności nie była bardzo długa."***

GOTOWE DANIA:

*„2-3 razy w tygodniu jadam gotowe dania **– oszczędzam mnóstwo czasu, a przy tym są pyszne, dobrze doprawione. Pojawiło się dużo gotowych dań z krótkim składem, bez wypełniaczy."***

***„Kupuję gotowe dania wegetariańskie i wegańskie**, bo trudniej je przygotować samemu, np. klopsiki z ciecierzycy czy bezmięsny kebab W Biedronce kupuję roślinne burgery i kiełbaski."*

ŹRÓDŁA INSPIRACJI ŻYWIENIOWYCH

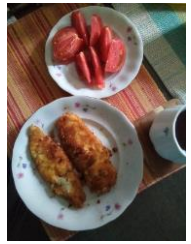
„Programy kulinarne w telewizji."
*„Nadal **kupuję gazetę ‚Przyślij przepis'** bo moja mama ją kupowała."*
„Mam książkę kucharską Ani Sudoł z różnymi pierogami, kluskami."
***„Szukam też inspiracji w internecie**: blogi kulinarne, instagram."*

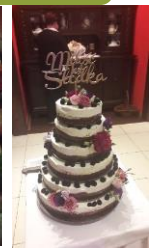
Ania, 61 lat, mieszka z mężem i psem, córki się już wyprowadziły

STARA SIĘ ZDROWO ODŻYWIAĆ

*„**Wolny czas to dla mnie trochę abstrakcyjne pojęcie bo dodatkowo zajmuję się codziennie obłożnie chorą Mamą**. Kocham góry i moim marzeniem jest pochodzić z plecakiem od schroniska do schroniska. **Dużo radości sprawia mi mój ogródek: uwielbiam przebywać wśród zieleni.**"*

POSIŁKI:





*„**Mój obecny styl żywienia jest daleki od ideału. Tak ułożyło się teraz moje życie, że większość czasu spędzam poza domem.**"*
*„**Dzień zawsze zaczynamy od kawy**, a nasze **śniadanie wypada ok. południa** (pod warunkiem, że Mąż nie ma pracy w danym dniu.) **Kolejny wspólny posiłek, to kolacja ok. 22.** No po prostu tragedia. **Każdy dietetyk rwałby włosy z głowy.**"*
*„Z całą pewnością lubimy **dobrą kuchnię, raczej tradycyjną**. Ja jednak **lubię też nowości** - smaki śródziemnomorskie, włoskie, jakieś ciekawe wynalazki z internetu (zawsze jest adrenalina co z tego wyjdzie)."*
*„**Zawsze staram się, żeby do każdego posiłku było jakieś warzywko**. Zimą przeważnie gotowane typu buraczki, marchewka z groszkiem, szpinak, a latem: „surowizny".*
*„**Staram się zdrowo odżywiać, nie zawsze jednak to wychodzi**. Z całą pewnością **powinnam wyeliminować słodycze** z mojej diety i **wprowadzić regularność posiłków**. No ale taka **czekolada.... bardzo poprawia nastrój**. Tak samo: mleko o zawartości 0,5% zupełnie nie przypomina w smaku mleka. A **te troszkę mleka 3% do codziennej kawy chyba nie zaszkodzi.:)**)."*

ZAKUPY:

*„Znam różne firmy np. mleczarskie i **interesuje mnie kto dany serek wyprodukował dla Biedronki**. Wtedy **wiem jakiej jakości mogę się spodziewać.**"*
*„Jeśli chodzi o skład, to głównie **interesują mnie ewentualne konserwanty. Mój Mąż zabiera na zakupy lupę**, ponieważ najważniejsze informacje napisane są maczkiem. **Staram się być świadomym konsumentem:** szukam na opakowaniu daty ważności, jeśli jest to produkt mi nieznany "studiuję" jego skład, szukam producenta. **Certyfikaty też są istotne**, ponieważ informują o kraju pochodzenia, **ale bym z nimi nie przesadzała.**"*

GOTOWE DANIA:

*„Gotowe dania kiedyś, to była taka **zwykła garmażerka - strach się bać**. **Teraz spokojnie można je kupić, są całkiem dobre**."*
*„**Często kupuję pierogi w Biedronce. Wymagają tylko odsmażenia i są bardzo smaczne**. Czasem kupuję też produkty **Vege**."*
*„Bardzo lubię też **mrożone paluszki rybne** "Kapitańskie".*
*„Tego typu dania **ratują nas w sytuacjach, gdy zupełnie nie ma czasu** na przygotowanie posiłku."*

ŹRÓDŁA INSPIRACJI ŻYWIENIOWYCH

*„Internet, to przeważnie strona **Kwestia smaku**. Sporo ciekawych przepisów jest też na **stronie Winiar**. Jednak moją ulubioną stroną jest **strona z przepisami Biedronki**."*
*„Znakomitym źródłem inspiracji są **dania, które jemy u znajomych czy Rodziny**. Dla mnie **kopalnią pomysłów są też moje Córeczk**i, zwłaszcza jeśli chodzi o jakieś nowości. Dużo pomysłów czerpałam też z gazetki **Moje smaki życia**, które ukazywały się **kiedyś co miesiąc w Biedronce.** Bardzo żałuję, że już nie ma tej gazetki."*

Część z nas odpuszcza. Bo zdrowe odżywianie jest zbyt skomplikowane i oznacza duże wyrzeczenia. (1/2)

JEDZĄ CO LUBIĄ

Podejście do odżywiania:

- **Lubią jeść, czerpią przyjemność** ze smaku ulubionych potraw, część lubi również eksperymentować i poznawać nowe smaki, część woli tradycyjną polską kuchnię
- Podchodzą do żywienia w sposób **hedonistyczny: kierują się preferencjami smakowymi i jedzą to co im smakuje,** np. fast foody czy słodkie i słone przekąski – nie stosują ograniczeń
- Uważają, że w żywieniu należy zachować zdrowy rozsądek i nie należy nakładać sobie ograniczeń
- **Na ogół jedzą dużo**
- **Zdrowe odżywianie kojarzy im się z niesmacznymi posiłkami i bardzo dużymi wyrzeczeniami – jest to zaprzeczenie przyjemności**, więc nie mają motywacji by zmieniać swoje nawyki
- Choć znają ogólne zasady zdrowego żywienia, to **mają niską wiedzę o tym w jaki sposób wdrożyć je w życie** albo po prostu – w przypadku młodszych – **nie chcą tego robić**; nie czują, że już muszą
- **Niekoniecznie mają poczucie, że odżywają się źle**, nawet jeśli ich posiłki nie są zbilansowane lub jedzą dużo żywności przetworzonej. Np. jedzenie makaronów daje im poczucie że ich kuchnia jest lżejsza (= zdrowsza) w porównaniu z tradycyjnymi polskimi obiadami

Posiłki:

- Jedzą dużo przetworzonej żywności**, bogatej w tłuszcze, mięso, cukier i sól**

Zwyczaje zakupowe:

- **W dużym stopniu kierują się ceną:** dobra promocja czy **dobra relacja ceny do ilości żywności** często decydują o wyborze marki
- **Jeśli w ogóle sprawdzają etykiety to robią to dosyć powierzchownie**, np. ulegają obiegowemu przekonaniu, że w produkcie nie powinno być dużo „E", ale nie wczytują się w składniki odżywcze

Gotowe dania:

- **Korzystają z gotowych dań** dostępnych w sklepach czy w ofercie restauracji fast foodowych. **W bardzo ograniczonym stopniu, jeśli w ogóle, wnikają w skład tych produktów**
- **Nie są świadomi wysokiej jakości gotowych produktów w Biedronce, bo nie wczytują się w etykiety i kierują się ceną**

© Ipsos

Część z nas odpuszcza. Bo zdrowe odżywianie jest zbyt skomplikowane i oznacza duże wyrzeczenia. (2/2)

JEDZĄ CO LUBIĄ

Nie idą na żadne kompromisy jeśli coś im smakuje

Jedzą sporo przetworzonej żywności

Cena jest ważniejsza niż jakość

*„**Kocham jeść! Fastfoodu jem za dużo**, prawie codziennie, bo mi smakuje. Piję za mało wody. **Rzadko sięgam po warzywa i owoce. Nadużywam czekolady, lodów i innych słodyczy**."*

*„Staram się odżywiać **zdrowo, na tyle ile pozwoli mi kieszeń.***
*Ale **najważniejsze jest żeby smakowało i żeby dostarczać sobie odpowiednią ilość przyjemności :)**."*

*„**Jak mam natłok pracy to muszę szybko coś wszamać i iść dalej**. Staram się gotować sobie z żoną na 2 dni żeby codziennie nie musieć o tym myśleć :) Myślę, że moja **dieta jest zbyt bogata w węglowodany i czasem lubię sobie podkraść słodkie.**"*

*„Warzywa jem w formie zup kremów albo sosów zblendowanych. Owoce tylko w postaci soków, a to też nie za często. **Zdecydowanie nie jest to dieta zbilansowana, a czy zdrowa? Też raczej nie koniecznie.**"*

*„**Nie każdy młody człowiek (w tym ja) przywiązuje wagę** do tego, że nie dostarcza organizmowi **wystarczającej ilości witamin** i innych składników odżywczych. **Jem sporo dań gotowych, fast-foodów, bo lubię i jest to wygodne**."*

*„W tych większych sklepach często są jakieś rabaty cenowe, można kupić taniej niż w małym osiedlowym sklepie. **W Żabce też większość zakupów, które robię to jakieś wielopaki lub po cenach z rabatami**. Ostatnio często kupowałem tam napoje takie jak Cola, czy Ice tea. Lubię te napoje, są teraz droższe **po wprowadzeniu podatku cukrowego**, a **w niektórych sklepach np. Żabka czy Lidl zdarzyło się, że były one w promocjach 2+2 w efekcie taniej**, niż przed wprowadzeniem podatku."*

© Ipsos

Adrian, mieszka z partnerką i 6l. synem w małym mieście

JE CO LUBI

„Lubię coś naprawić przy samochodzie, jeśli czuję że podołam. Nie dość, że mogę zaoszczędzić, czegoś się nauczyć to potrafię czerpać z tego satysfakcję. ***Zdecydowanie lubię jeść."***

POSIŁKI:

„Jem to co lubię, na co mam ochotę."
„Chętnie jadam schabowego. Kuchnia tradycyjna uzupełnia u nas współczesną."
„Pierogi uwielbiam za okrasę**. Bez niej nie zjem, bo ona **nadaje smak potrawie."
***„Tosty z serem żółtym są u nas często** na kolację."*
*„Przez 3 miesiące trenowałem i byłem **na specjalnej diecie**. To był **bardzo żmudny** proces, a redukcja nie spektakularna. Nie powtórzyłbym tego."*
***„Nie szukam informacji o zdrowym żywieniu**, sprzedawana żywność jest przecież zdrowa, przebadana."*
„Dietetyczne dania są niesmaczne."
***„Nie uprawiam sportu regularnie,** ale mieszczę się w normalnym BMI."*

„Mam w planach zmianę żywienia na zdrowsze, ale jeszcze nie teraz."

ZAKUPY:

***„Tak ogólnie zwracam uwagę na ilość „E" na etykiecie**, żeby nie było tego za dużo."*
***„Zwykle w koszyku mamy jakieś przekąski i słodkie napoje** – tygodniowo pijemy ok. 6 litrów coli."*
***„Lubimy zamawiać z KFC, chińczyka, pizzę czy kebab**. Wszystko jest podyktowane tym na co mamy ochotę."*

GOTOWE DANIA:

„Czasem kupujemy pizzę Giuseppe, pulpety, fasolkę czy gołąbki. Mają dość małą ilość składników i są bez konserwantów."
***„Wolimy zamawiać gotowe dania** (np. kebab, pizza czy KFC) niż kupować je w sklepie – bardziej nam smakują."*

ŹRÓDŁA INSPIRACJI ŻYWIENIOWYCH

***„Największą inspiracją na pewno jest internet**. Nawet przeglądając Facebooka można natrafić na jakiś film/ zdjęcie jakiego dania. To dla mnie wystarczająca inspiracja."*

Szymon, mieszkający samodzielnie jedynak, 23 lata, W-wa

JE CO LUBI

*„Pracuję w warsztacie samochodowym. **Moje zainteresowania i pasje to mechanika samochodowa i informatyka/ nowe technologie**. Jazda rowerem to dla mnie przyjemność i relaks. Cenię sobie swoją samodzielność i niezależność."*

*„**Jedzenie to zaspokajanie potrzeb, przyjemność, ale też monotonia**: jak mi coś posmakuje, to **potrafię jeść to codziennie** przez długi czas, **do znudzenia**, a później na długo zapominam o tym daniu."*

POSIŁKI:

*„Często **jem nieregularnie**, sięgam po jedzenie wtedy kiedy mam czas, kiedy jestem głodny, raczej **nie zwracam uwagi na stałe godziny."***

*„Najważniejsze jest to, **żeby mi smakowało, niekoniecznie zdrowe, ale smaczne. Nie lubię warzyw, ani owoców, w zasadzie to ich nie jadam."***

*„Jeśli gotuję, to **potrawy proste i szybkie do zrobienia, często z półproduktów,** np. danie chińskie: **sos słodko-kwaśny ze słoika** plus ryż, makaron z serem i śmietaną, makaron **z sosem bolognese ze słoika**, parówki na gorąco z wody lub smażone."*

*„Moja dieta różni się od typowo polskiej, jest w niej **minimalna ilość warzyw i owoców, za to dużo fast foodów."***

„Zdaję sobie sprawę, że nie odżywiam się zdrowo, ale póki co jem to, co lubię, co mi smakuje. Na razie nie myślę o zmianie diety. Może kiedyś do tego dorosnę."

ZAKUPY:

*„Zakupy **robię prawie codziennie, ale to są drobiazgi na bieżący dzień** z reguły, nie lubię kupować na zapas, bo jak nie zjem i się przeterminuje, to się zmarnuje, a nie lubię wyrzucać jedzenia."*

*„**Robię zakupy w sklepach, które mam blisko**, wielkość sklepu nie ma dla mnie znaczenia. **Blisko i wygodnie to najważniejsze."***

GOTOWE DANIA:

*„**Jeśli jem pierogi, to zawsze gotowe, kupione w sklepie**, albo te (najlepsze) od mamy. Kupuję **pierogi z serem, ruskie, lasagne, sosy w słoikach do mięsa, pizzę mrożoną, frytki, czasem zupki chińskie**."*

*„Mieszkam samodzielnie od niedawna, nie mam doświadczenia w szykowaniu imprez, **na spotkania lub inne okazje raczej zamawiam gotowe jedzenie, np. pizzę albo KFC."***

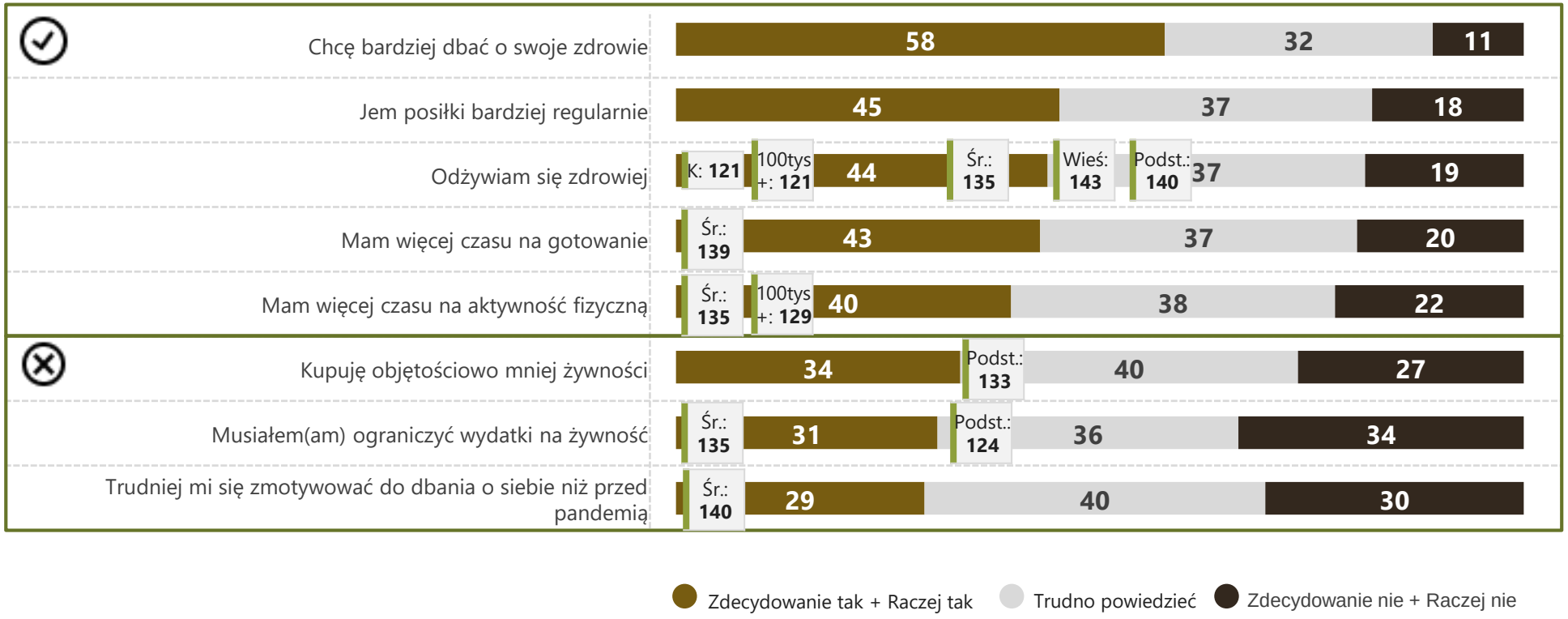
ŹRÓDŁA INSPIRACJI ŻYWIENIOWYCH

*„Robię to co lubię, przepisy wyniesione z domu, ale zmodyfikowane często pod mój smak, czasem z internetu, często **oglądam na YouTube** rożne propozycje kulinarne, ale **jestem chyba zbyt leniwy, żeby gotować jakieś skomplikowane potrawy."***

Zmiany wywołane pandemią

Spora część Polaków deklaruje, że wskutek pandemii chce bardziej zadbać o swoje zdrowie i odżywianie. Ponad 40% uważa, że wprowadziło zdrowsze zmiany do swojej diety, ma więcej czasu na gotowanie i jada bardziej regularnie

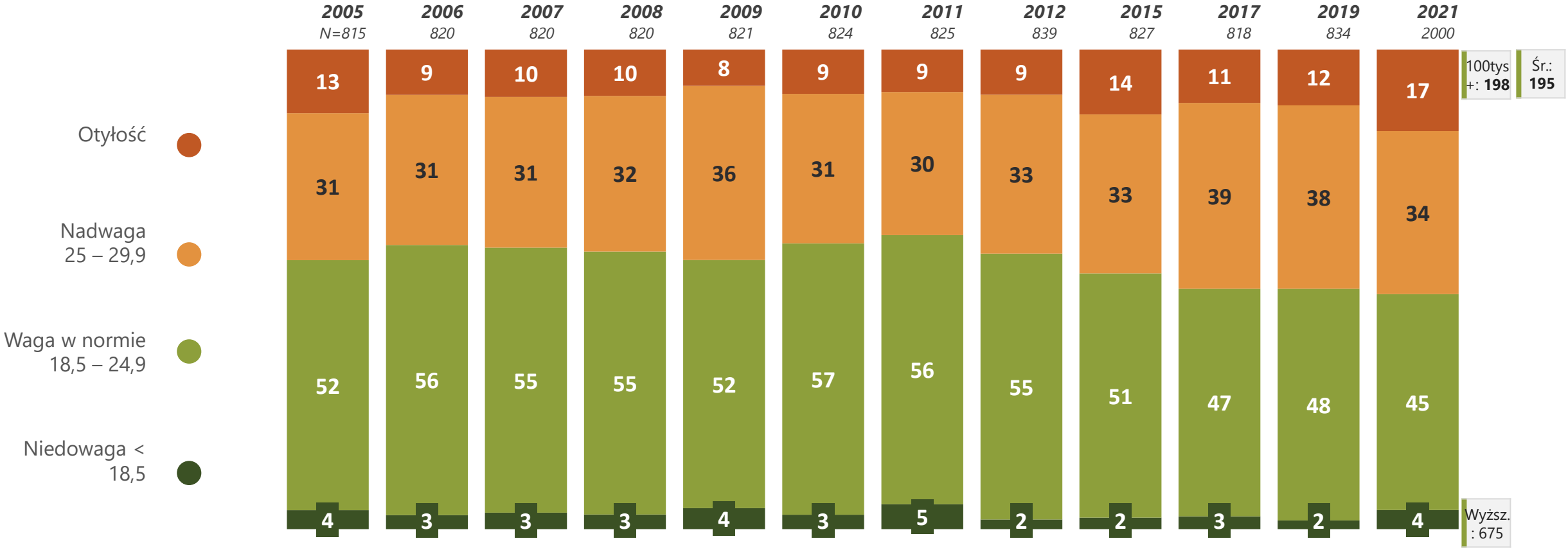
WPŁYW PANDEMII NA NASZĄ TROSKĘ O WŁASNE ZDROWIE



Dane: *w %*
Pyt.:*. C2. Nadal porównując obecną sytuację z czasami sprzed pandemii, proszę powiedzieć, na ile zgadza się Pan(i) z poniższymi stwierdzeniami*
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003*

… a jednak nasz wskaźnik BMI znacząco wzrósł w pandemii!

BMI POLAKÓW – NA PODSTAWIE DEKLARACJI WAGI I WZROSTU



Dane: *w %*
Pyt.:. *C2.* ***Pyt.: BD02, BD03.*** Ile ma Pan(i) wzrostu? Ile Pan(i) waży? ***Baza****: Wszyscy respondenci: N=2003. dane z poprzednich pomiarów: raport Ipsos Food Trends.*

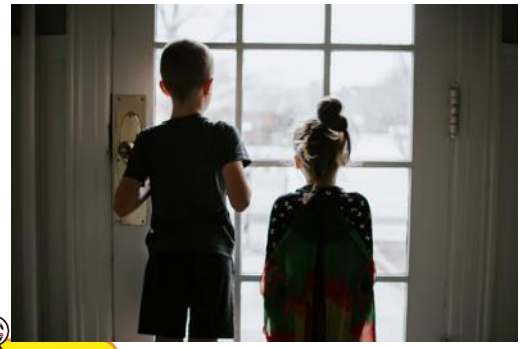
Także eksperci od żywienia twierdzą, że pandemia miała niekorzystny wpływ na zwyczaje żywieniowe

- **Na początku pandemii kupowaliśmy więcej,** żeby się zabezpieczyć przed nieznaną przyszłością, ale **szybko powróciliśmy do naszych poprzednich zwyczajów**.

- Wskutek pandemii, z jednej strony **chcemy się lepiej odżywiać** żeby budować odporność.
- Z drugiej strony:
  - **Prowadzimy mniej aktywny styl życia** (ograniczone kontakty społeczne, ograniczony dostęp do klubów fitness, praca zdalna, etc.).
  - **I częściej sięgamy po przekąski** – z nudów, żeby się odstresować, **ale też dlatego że są przyjemne, a przyjemność jedzenia cenimy sobie bardzo!**

- Eksperci od żywienia wskazują, że **wskutek pandemii** znacznie **narasta problem otyłości i chorób dietozależnych.**
  - Szczególnie ten trend nasilił się wśród dzieci – ze względu na zdalne nauczanie (brak ruchu, większa ilość spożywanych niezdrowych produktów).

> *„**Otyłość dzieci to ogromny problem. Pandemia nasiliła to zjawisko**."*
> *Dietetyk kliniczny*



***Źródło**: Eating Habits, badanie jakościowe, Ipsos 2021*

Zachowania żywieniowe: czego jemy więcej? A czego mniej?

Dziś 3 posiłki nie wystarczają.

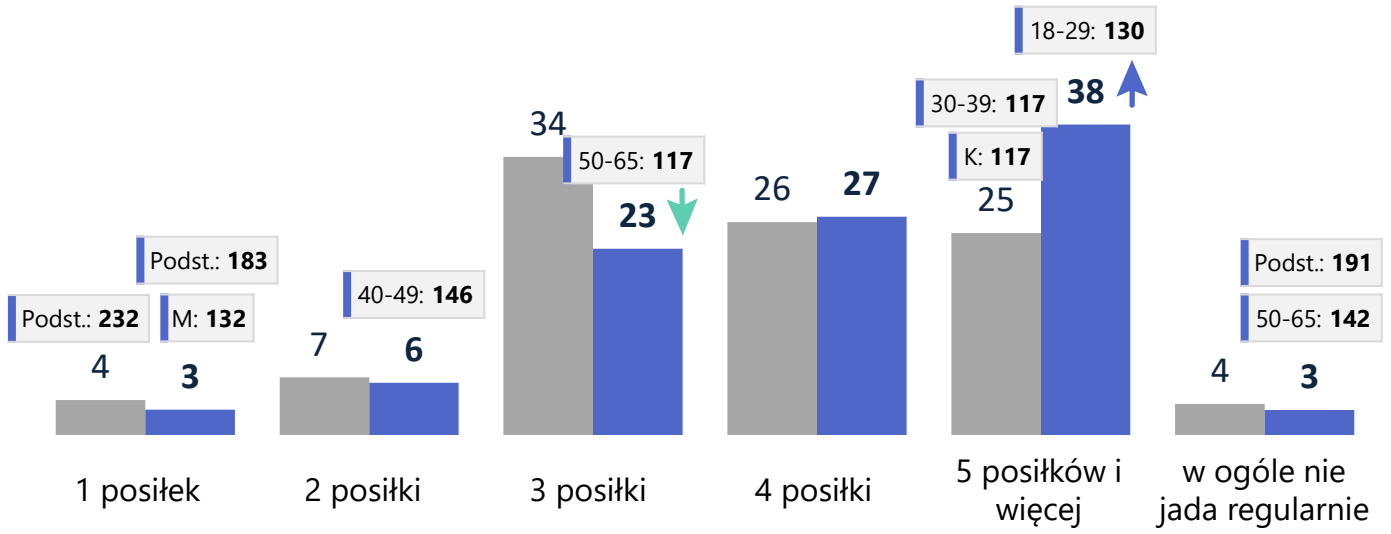
To, co się zmieniło – to dużo przekąsek między głównymi posiłkami.

Rośnie ilość posiłków jadanych regularnie – obecnie Polacy jedzą ich więcej niż 25 lat temu. Dużą liczbę posiłków (5 i więcej) szczególnie często jadają osoby młode, w wieku 18-29 lat.

LICZBA POSIŁKÓW JADANYCH REGULARNIE

25 lat temu jedliśmy średnio 3,7 posiłki dziennie...

...Dzisiaj: 4,2 posiłki

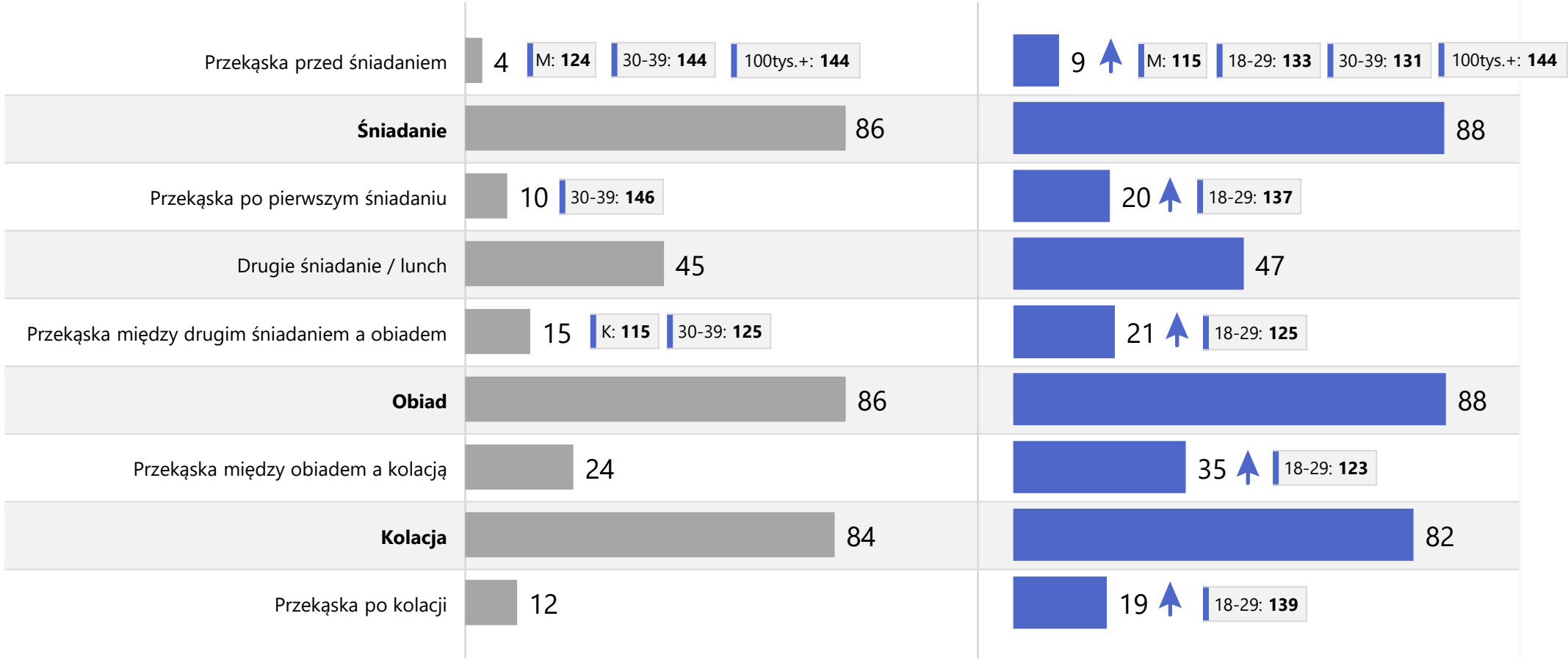


Dane: *w %*
Pyt.: *A1a. Proszę wskazać, które z wymienionych posiłków jada Pan/i w miarę regularnie? A1b. Proszę wskazać, które z wymienionych posiłków jadał/a Pan(i) / jadało się w Pana(i) domu w miarę regularnie 25 lat temu?*
Źródło: badanie ilościowe, Ipsos dla Jerónimo Martins. Próba reprezentatywna Polakow, N=2003.

Wartość istotnie wyższa/niższa niż 25 lat temu (przedział ufności 95%)

Wzrost średniej liczby posiłków jadanych regularnie wynika z faktu, że istotnie częściej niż 25 lat temu jada się dziś przekąski między głównymi posiłkami

POSIŁKI JADANE REGULARNIE

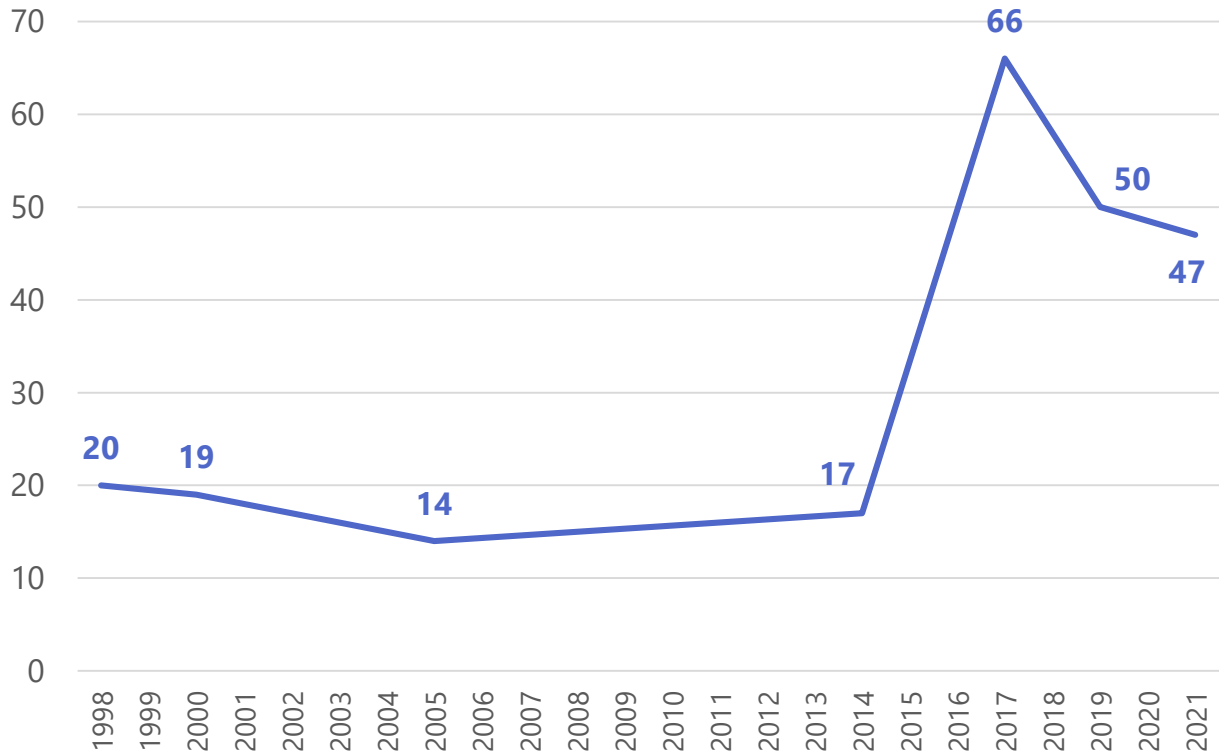


Dane: *w %*
Pyt.: *A1a. Proszę wskazać, które z wymienionych posiłków jada Pan/i w miarę regularnie? A1b. Proszę wskazać, które z wymienionych posiłków jadał/a Pan(i) / jadało się w Pana(i) domu w miarę regularnie 25 lat temu?*
Źródło: badanie ilościowe, Ipsos dla Jerónimo Martins. Próba reprezentatywna Polakow, N=2003.

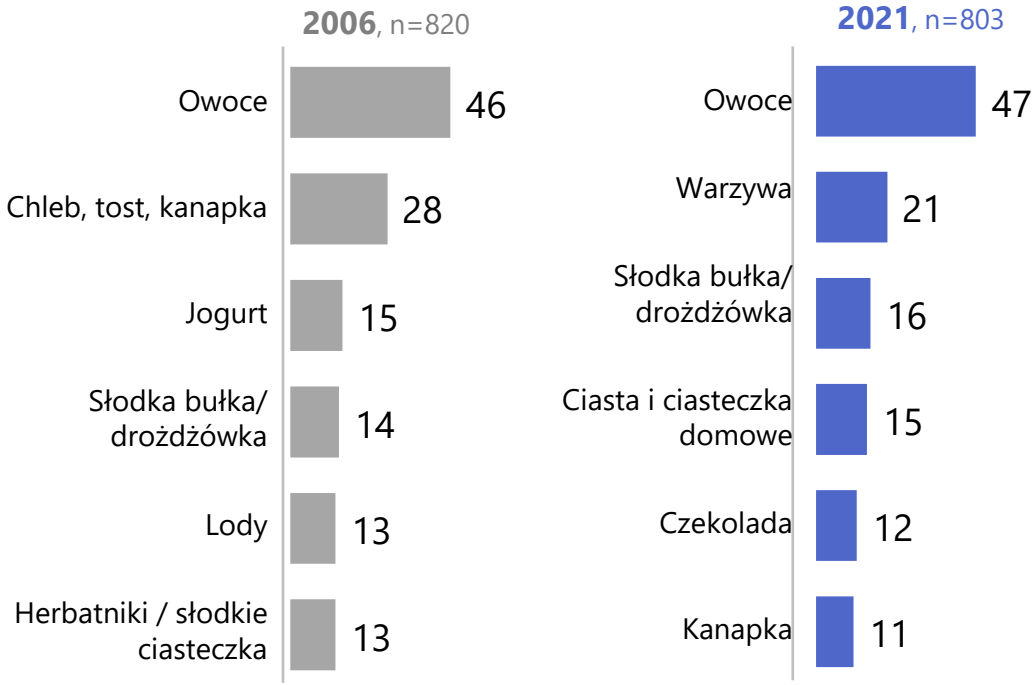
Wartość istotnie wyższa/niższa niż 25 lat temu (przedział ufności 95%)

Mamy słabość do przekąsek między posiłkami, ale utrzymują się one jako dodatek i staramy się je ograniczać. Wśród przekąsek królują owoce, warzywa i słodkie bułki.

OSOBY CODZIENNIE JEDZĄCE PRZEKĄSKI MIĘDZY POSIŁKAMI



PO CO NAJCHĘTNIEJ SIĘGAMY?



Dane: *w %*
Wykres po lewej stronie: *CBOS Proszę powiedzieć, jak często spożywa Pan(i) przekąski:,*
Baza*: wszyscy respondenci, badanie „Aktualne problemy i wydarzenia". Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia" (350) przeprowadzono metodą wywiadów bezpośrednich wspomaganych komputerowo (CAPI) na liczącej c.a. 1000 osób reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski,*
Wykres po prawej stronie*: dane z badania syndykatowego Ipsos ‚Trendy w zwyczajach żywieniowych Polaków'. Badanie przeprowadzono metodą wywiadów bezpośrednich (face-to-face) wspomaganych komputerowo (CAPI) na reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski. wykres pokazujący najchętniej wybierane przekąski. .*

Dziesięć najpopularniejszych przekąsek

1. Świeże owoce **(47%)**
   - K: **115**
   - 50-200tys.: **170**
2. Świeże warzywa **(21%)**
   - 60+: **124**
   - K: **119**
3. Słodkie bułeczki\ ciastka\ pączki z cukierni **(16%)**
   - K: **113**
4. Ciasta i ciasteczka domowe **(15%)**
   - 60+: **140**
5. Czekolada **(12%)**
   - 200tys.+: **142**
6. Kanapka **(11%)**
   - M: **118**
   - 50-200tys.: **163**
7. Parówki **(11%)**
   - M: **136**
   - 15-24: **154**
   - Podst.: **154**
8. Jogurt owocowy do jedzenia łyżeczką **(10%)**
   - K: **140**
   - Wyższ.: **140**
9. Ser żółty **(10%)**
10. Mleko **(9%)**
    - 60+: **155**
    - 50-200tys.: **144**

***Źródło**: Ipsos – raport syndykatowy 'Trendy w zwyczajach żywieniowych' 2021*

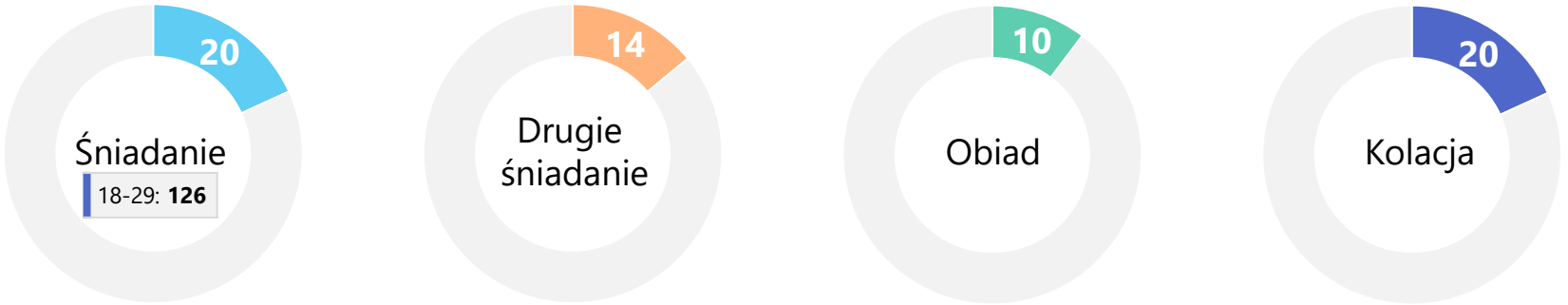
Polakom zdarza się rezygnować z pierwszego lub ostatniego dużego posiłku dnia, czyli ze śniadania lub kolacji – od czasu do czasu robi tak co piąty z nas. Dominującym powodem jest pośpiech i brak czasu oraz – szczególnie w przypadku kolacji - po prostu brak apetytu. Jednak aż 29% deklaruje, że nie opuszcza żadnego posiłku w ciągu dnia – udaje się to szczególnie osobom nieco starszym (50-65 lat).

NIE REZYGNUJĘ Z ŻADNEGO POSIŁKU

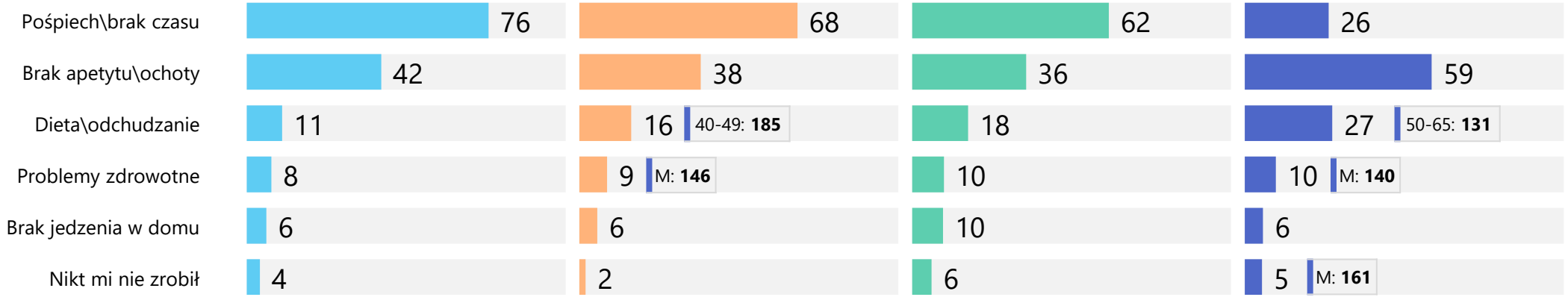
29%

50-65: **120**

POSIŁKI, Z KTÓRYCH ZDARZA NAM SIĘ REZYGNOWAĆ



DLACZEGO?



Dane: *w %*
Pyt.: *A17a. Czy zdarza się Panu/i rezygnować z któregoś posiłku, który spożywa Pan/i regularnie, częściej niż raz w miesiącu? Jeśli tak, to z którego?*
A18a. Z jakich powodów zdarza się Panu(i) opuszczać następujący posiłek
Baza*: Osoby, które jadają regularnie posiłki: N=1940; Osoby, którym zdarza się opuszczać śniadanie: N=393; drugie śniadanie: N=263; obiad: N=202; kolacje: N=390.*

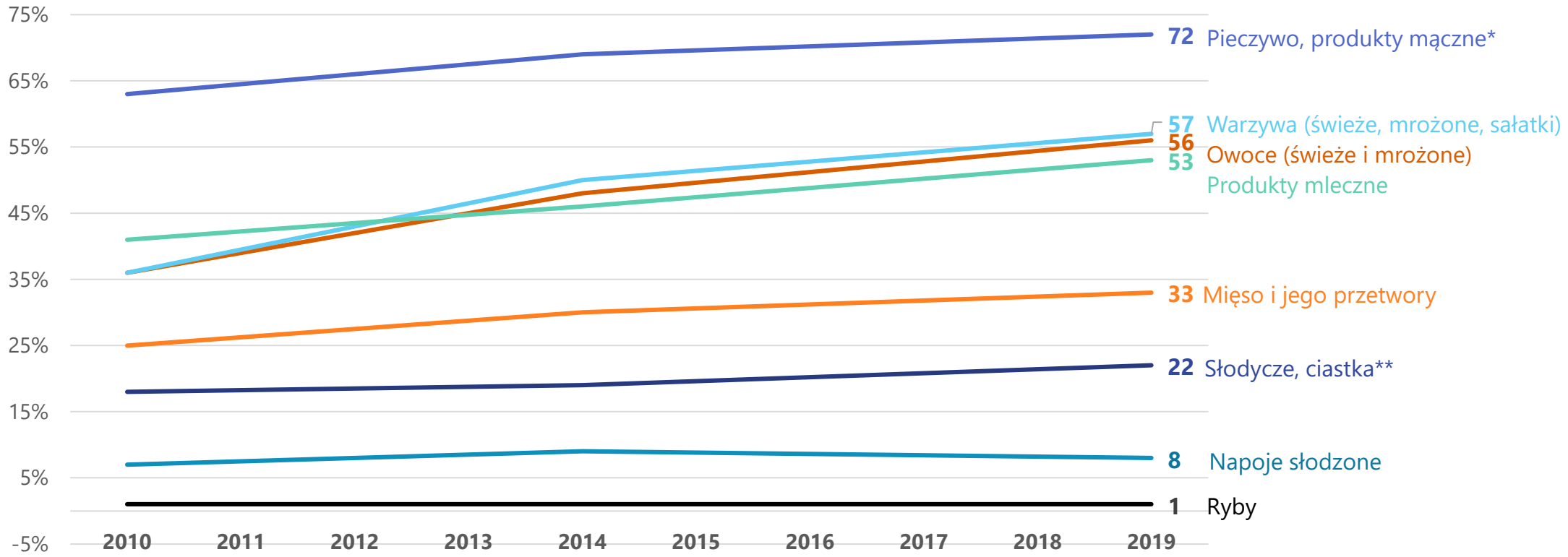
Produkty spożywcze

Które z produktów cieszą się niesłabnącą popularnością?

A których spożywamy nieco mniej?

Według konsumentów, nasza codzienna dieta staje się coraz bardziej urozmaicona. Równocześnie, wzmacnia się przeświadczenie o konieczności ograniczenia niektórych produktów w diecie (produkty mączne, słodycze i ciasta, mięso).

UDZIAŁ OSÓB DEKLARUJĄCYCH SPOŻYWANIE DANEJ KATEGORII PRODUKTÓW CODZIENNIE

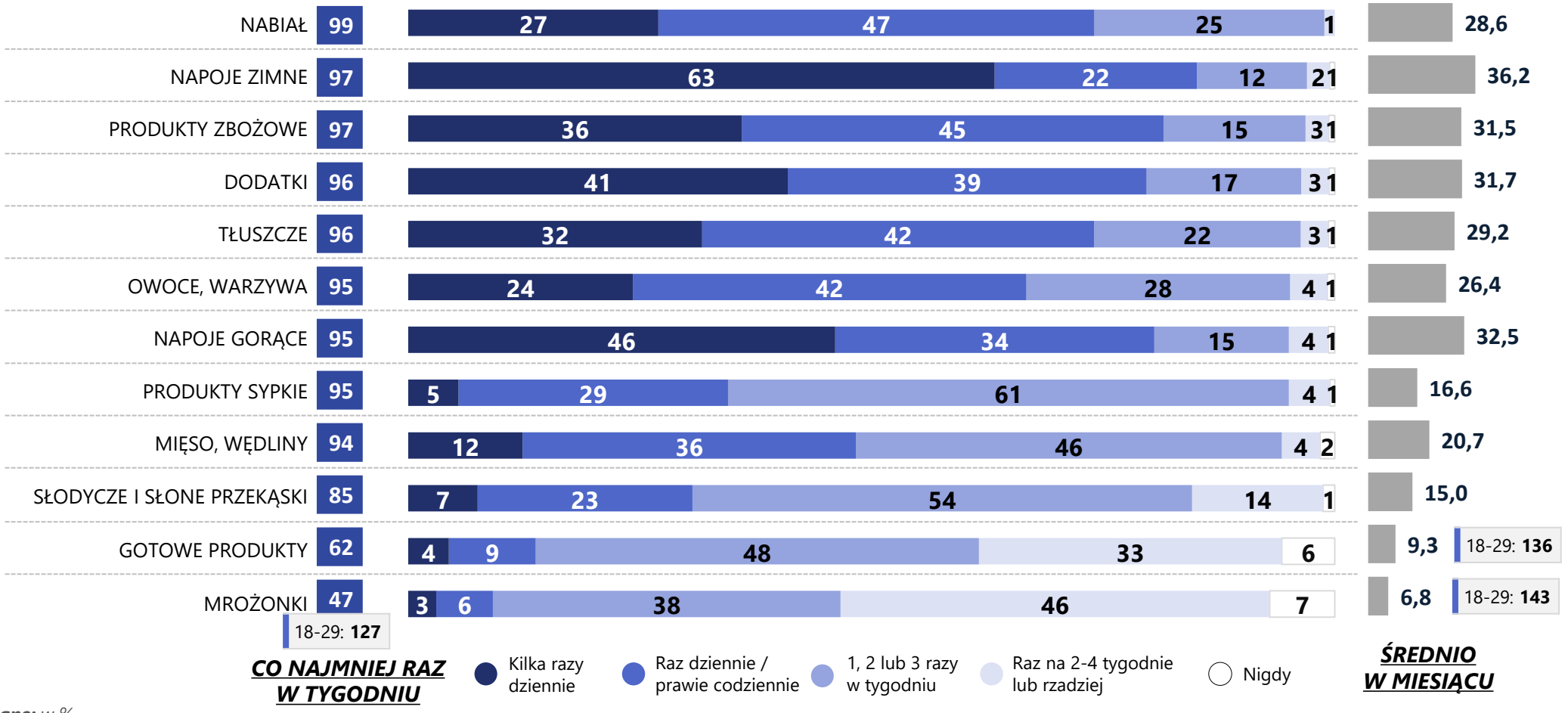


* W 2010 roku ta kategoria zawierała również kasze
** W 2010 roku ta kategoria brzmiała „słodycze i pieczywo cukiernicze"

Dane: *w %*
Pyt.: *Proszę powiedzieć, jak często spożywa Pan(i), Jak Pan(i) ocenia, czy spożywa Pan(i):*
Baza*: Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia" (350) przeprowadzono metodą wywiadów bezpośrednich wspomaganych komputerowo (CAPI) w dniach 4–11 lipca 2019 roku na liczącej 1077 osób reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski, sondaż „Omnibus", 13-18 listopada '97, reprezentatywna próba kwotowa dorosłej ludności Polski (N=1000). Pytania stanowiące blok tematyczny „Nawyki żywieniowe i wiedza na temat spożywanej żywności" zadano na zlecenie Przeglądu Reader's Digest oraz „Aktualne problemy i wydarzenia" (350) przeprowadzono metodą wywiadów bezpośrednich wspomaganych komputerowo (CAPI) w dniach 4–11 lipca 2019 roku na liczącej 1077 osób reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski.*

Znakomita większość Polaków konsumuje prawie wszystkie główne kategorie produktowe przynajmniej raz w tygodniu. Wyjątkiem są tutaj słodycze i słone przekąski, które cieszą się odrobinę mniejszą popularnością (wg deklaracji…), oraz gotowe produkty i mrożonki – te ostatnie są spożywane raz w tygodniu lub częściej jedynie przez niecałą połowę konsumentów (lecz częściej przez osoby młodsze).

CZĘSTOTLIWOŚĆ SPOŻYCIA – GŁÓWNE KATEGORIE



Dane: *w %*
Pyt.: *D1a1. Jak często spożywa Pan(i) następujące produkty? Proszę zaznaczyć odpowiedź dla każdej kategorii produktów. D1b. Proszę teraz pomyśleć o czasach 25 lat temu – co się wtedy jadło i piło. Proszę powiedzieć o każdym z tych produktów – czy aktualnie jada je Pan(i) częściej czy rzadziej niż kiedyś?*
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003. indeksy oznaczone tylko dla odpowiedzi ‚co najmniej raz w tygodniu' i dla średniej.*

Czego jemy więcej i co chętniej kupujemy w porównaniu do 25 lat temu? A co spożywamy rzadziej i mniej chętnie?

PRODUKTY ZBOŻOWE

- białe pieczywo = 23
- pełnoziarniste pieczywo ↑ 16
- ciemne pieczywo ↑ 14

NABIAŁ

- jajka = 12
- śmietana = 9
- mleko zwykłe/ świeże = 20
- jogurt naturalny ↑ 11
- jogurt grecki ↑ 8

DANIA GOTOWE & MROŻONKI

- gotowe dania garmażeryjne ↑ 5
- gotowe dania mrożone ↑ 4
- warzywa lub mieszanki warzyw z mrożonki ↑ 5

TŁUSZCZE

- masło = 23
- olej = 13
- oliwa z oliwek ↑ 10
- smalec ↓ 6

NAPOJE

- napoje owocowe gazowane ↓↑ 8
- napoje gazowane typu cola ↓↑ 7
- napoje energetyczne ↑ 7
- napoje izotoniczne/ sportowe ↑ 7

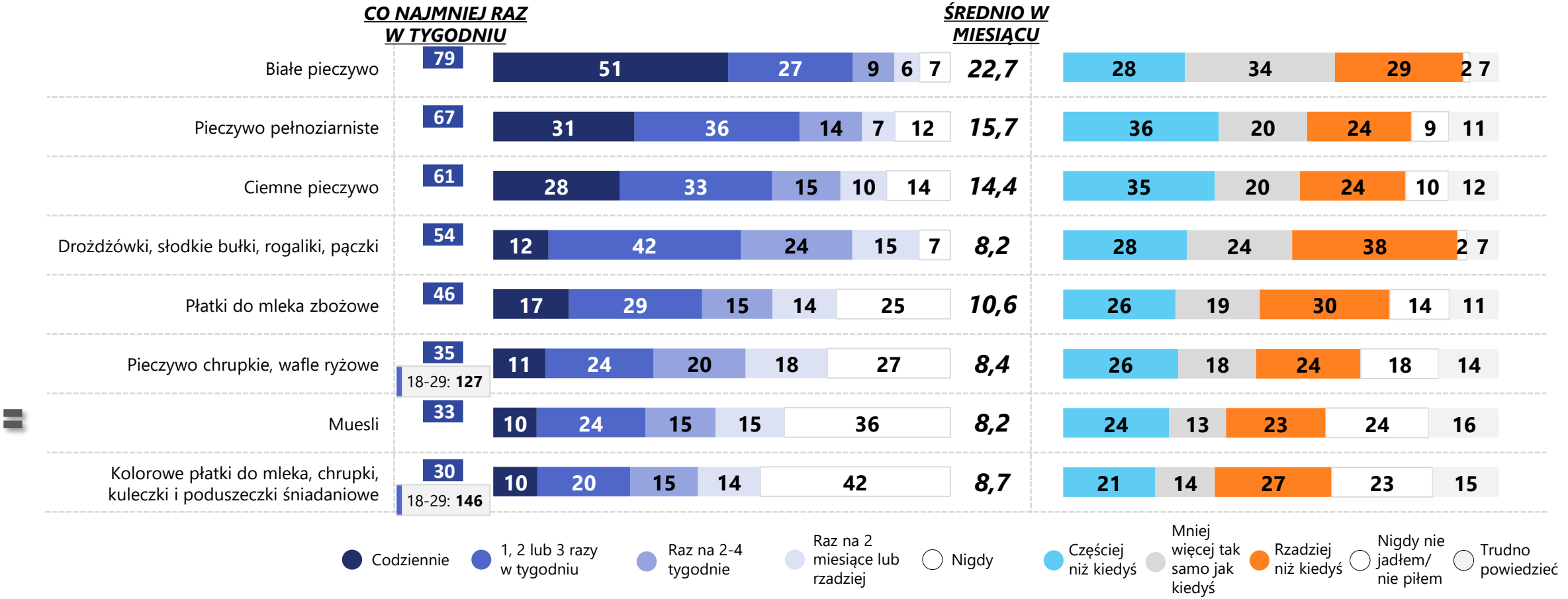
- ↑ *Wzrost popularności względem 25 lat temu*
- ↓ *Spadek popularności względem 25 lat temu*
- = *Stabilna popularność względem 25 lat temu*
- XX *Średnia częstotliwość spożycia w miesiącu*

Pyt.: *D1a1. Jak często spożywa Pan(i) następujące produkty? Proszę zaznaczyć odpowiedź dla każdej kategorii produktów. D1b. Proszę teraz pomyśleć o czasach 25 lat temu – co się wtedy jadło i piło. Proszę powiedzieć o każdym z tych produktów – czy aktualnie jada je Pan(i) częściej czy rzadziej niż kiedyś?* | ***Źródło****: „Zwyczaje żywieniowe w Polsce", raport Ipsos dla Jerónimo Martins 2021; Próba reprezentatywna Polakow, N=2003..*

Najczęściej jedzonym przez Polaków produktem zbożowym jest klasyczne białe pieczywo – połowa konsumuje je codziennie. Dodatkowo – coraz chętniej sięgamy po pieczywo pełnoziarniste i ciemne.

CZĘSTOTLIWOŚĆ SPOŻYCIA – PRODUKTY ZBOŻOWE

CZĘŚCIEJ CZY RZADZIEJ NIŻ 25 LAT TEMU?



Dane: *w %*
Pyt.: *D1a. Jak często spożywa Pan(i) następujące produkty? Proszę zaznaczyć odpowiedź dla każdej kategorii produktów. D1b. Proszę teraz pomyśleć o czasach 25 lat temu – co się wtedy jadło i piło. Proszę powiedzieć o każdym z tych produktów – czy aktualnie jada je Pan(i) częściej czy rzadziej niż kiedyś?*
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003, Respondenci w wieku >30 lat: n=1545*

Trend wzrostowy w danych sprzedażowych

Trend spadkowy w danych sprzedażowych

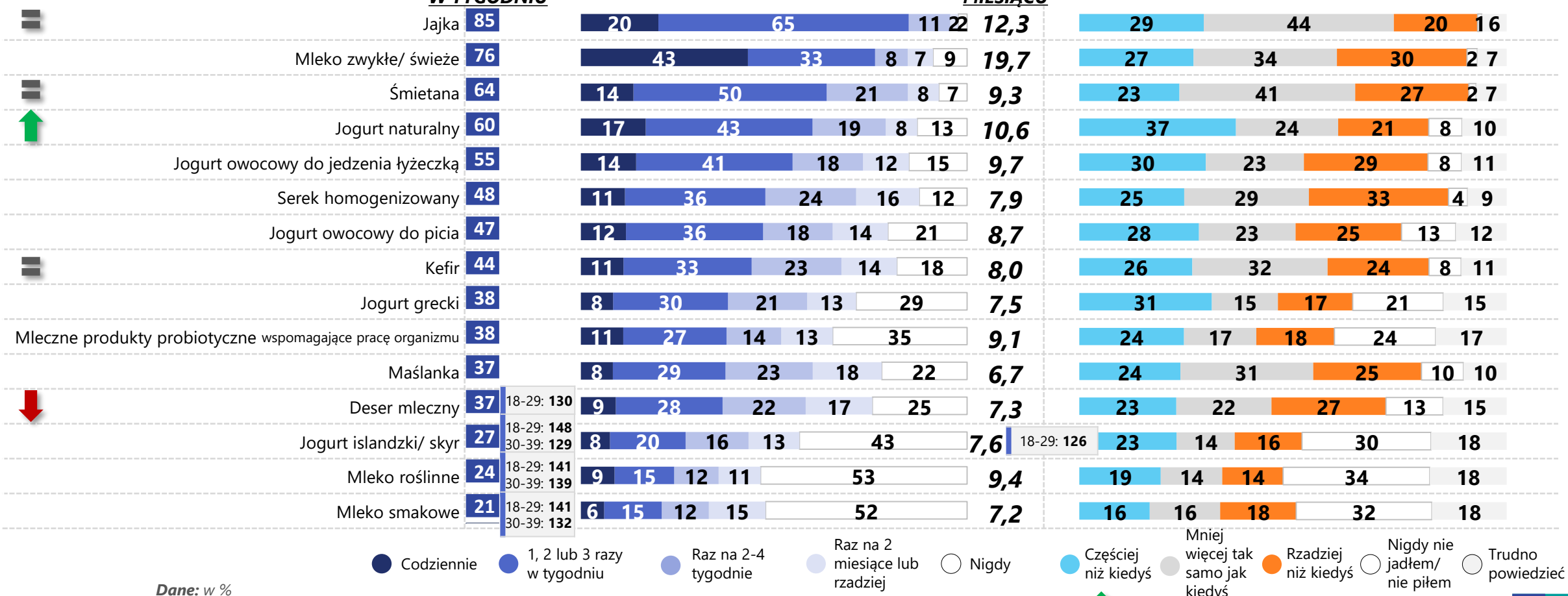
Stabilny poziom sprzedaży (dynamika zbliżona do dynamiki sprzedaży całej Biedronki)

Znakomita większość Polaków (85%) deklaruje jadanie jajek przynajmniej raz w tygodniu. Ponad 40% pije mleko codziennie. Pozostałe produkty z kategorii nabiałowej cieszą się mniejszą popularnością. Wśród bardziej niszowych produktów widać takie, które zyskują w młodszych grupach wiekowych – należą do nich desery mleczne, skyr, mleko roślinne i smakowe.

NABIAŁ

CZĘSTOTLIWOŚĆ SPOŻYCIA – NABIAŁ

CZĘŚCIEJ CZY RZADZIEJ NIŻ 25 LAT TEMU?



Trend wzrostowy w danych sprzedażowych

Trend spadkowy w danych sprzedażowych

Stabilny poziom sprzedaży (dynamika zbliżona do dynamiki sprzedaży całej Biedronki)

Dane: *w %*

Pyt.: *D1a. Jak często spożywa Pan(i) następujące produkty? Proszę zaznaczyć odpowiedź dla każdej kategorii produktów. D1b. Proszę teraz pomyśleć o czasach 25 lat temu – co się wtedy jadło i piło. Proszę powiedzieć o każdym z tych produktów – czy aktualnie jada je Pan(i) częściej czy rzadziej niż kiedyś?*

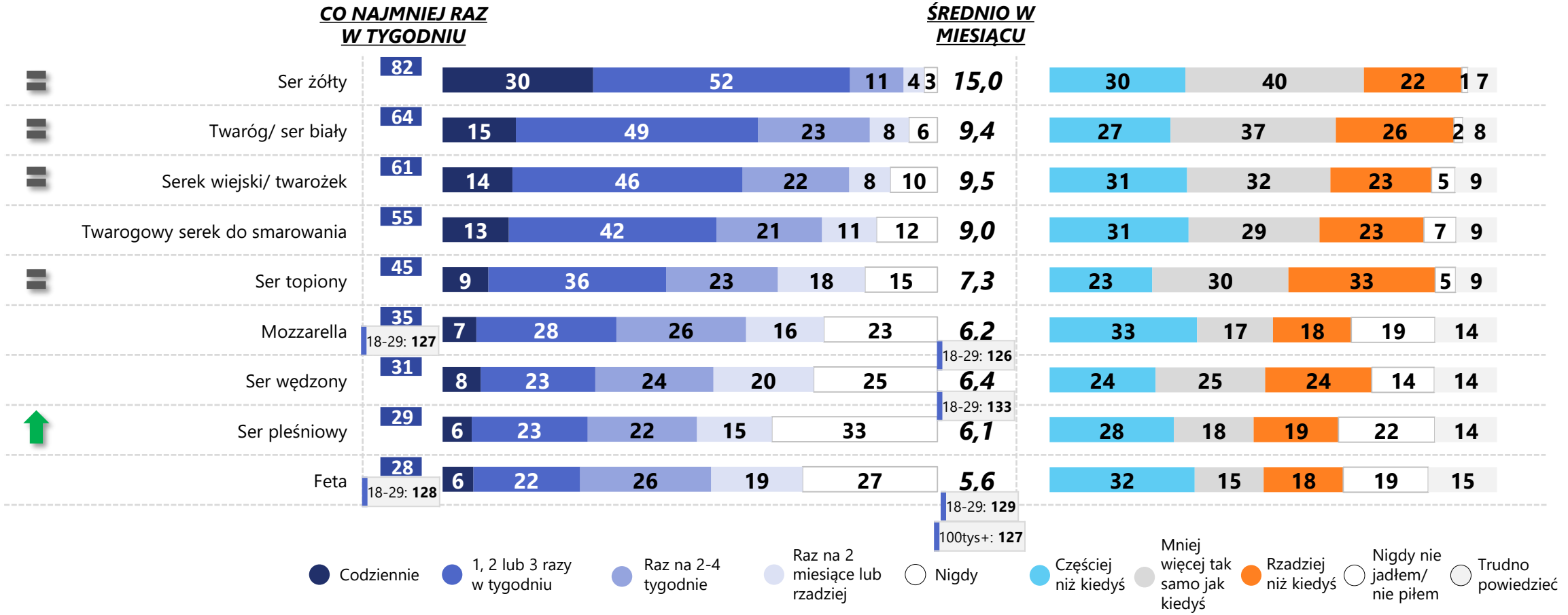
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003, Respondenci w wieku >30 lat: n=1545*

Zdecydowanie najczęściej spożywanym typem sera wśród Polaków jest (według deklaracji) ser żółty – większość społeczeństwa je go raz w tygodniu lub częściej, a 1 na 3 osoby nawet codziennie. Nieco rzadziej spożywane są sery typu twarogowego: biały, wiejski czy twarogowy do smarowania. Najrzadziej jedzonym serem jest feta, jednak jej popularność rośnie wśród osób młodych i mieszkańców dużych miast.

SERY

CZĘSTOTLIWOŚĆ SPOŻYCIA – SERY

CZĘŚCIEJ CZY RZADZIEJ NIŻ 25 LAT TEMU?



Dane: *w %*
Pyt.: *D1a. Jak często spożywa Pan(i) następujące produkty? Proszę zaznaczyć odpowiedź dla każdej kategorii produktów. D1b. Proszę teraz pomyśleć o czasach 25 lat temu – co się wtedy jadło i piło. Proszę powiedzieć o każdym z tych produktów – czy aktualnie jada je Pan(i) częściej czy rzadziej niż kiedyś?*
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003, Respondenci w wieku >30 lat: n=1545*

Trend wzrostowy w danych sprzedażowych

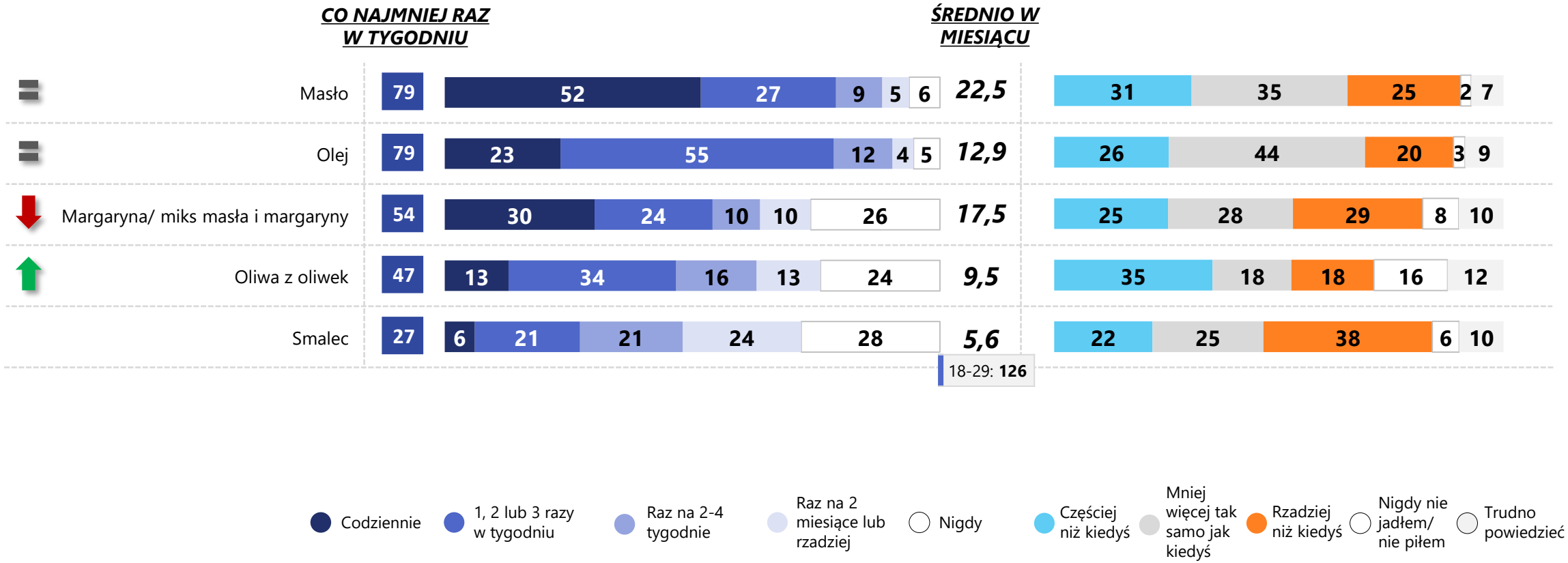
Trend spadkowy w danych sprzedażowych

Stabilny poziom sprzedaży (dynamika zbliżona do dynamiki sprzedaży całej Biedronki)

W rankingu popularności tłuszczów prowadzą masło oraz olej – oba spożywane przynajmniej raz w tygodniu przez większość społeczeństwa. Masło używane jest średnio nieco częściej – ponad połowa Polaków korzysta z niego codziennie. Najmniej popularnym tłuszczem jest smalec. Wiele osób uważa, że jada się go rzadziej niż 25 lat temu, częściej za to używa się oliwy z oliwek.

CZĘSTOTLIWOŚĆ SPOŻYCIA – TŁUSZCZE

CZĘŚCIEJ CZY RZADZIEJ NIŻ 25 LAT TEMU?



Dane: *w %*
Pyt.: *D1a. Jak często spożywa Pan(i) następujące produkty? Proszę zaznaczyć odpowiedź dla każdej kategorii produktów. D1b. Proszę teraz pomyśleć o czasach 25 lat temu – co się wtedy jadło i piło. Proszę powiedzieć o każdym z tych produktów – czy aktualnie jada je Pan(i) częściej czy rzadziej niż kiedyś?*
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003, Respondenci w wieku >30 lat: n=1545*

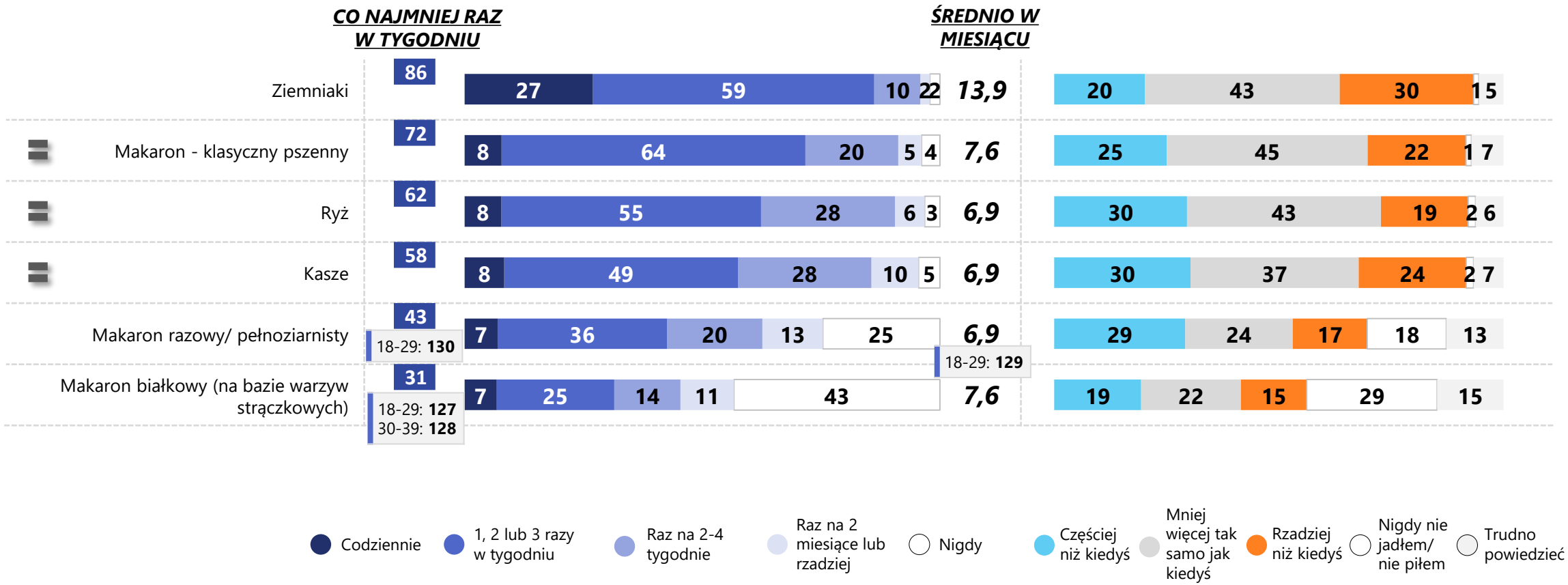
Trend wzrostowy w danych sprzedażowych
Trend spadkowy w danych sprzedażowych
Stabilny poziom sprzedaży (dynamika zbliżona do dynamiki sprzedaży całej Biedronki)

Jedzenie ziemniaków co najmniej raz w tygodniu jest powszechne wśród Polaków, a 1 na 4 osoby przyznaje, że spożywa je codziennie – tak deklarują w badaniu sondażowym. Powodzeniem cieszy się również klasyczny makaron pszenny – bardziej niż jego zdrowsze odpowiedniki, takie jak makaron razowy czy białkowy, które z kolei są częściej wybierane przez osoby młode.

PRODUKTY SYPKIE

CZĘSTOTLIWOŚĆ SPOŻYCIA – PRODUKTY SYPKIE

CZĘŚCIEJ CZY RZADZIEJ NIŻ 25 LAT TEMU?



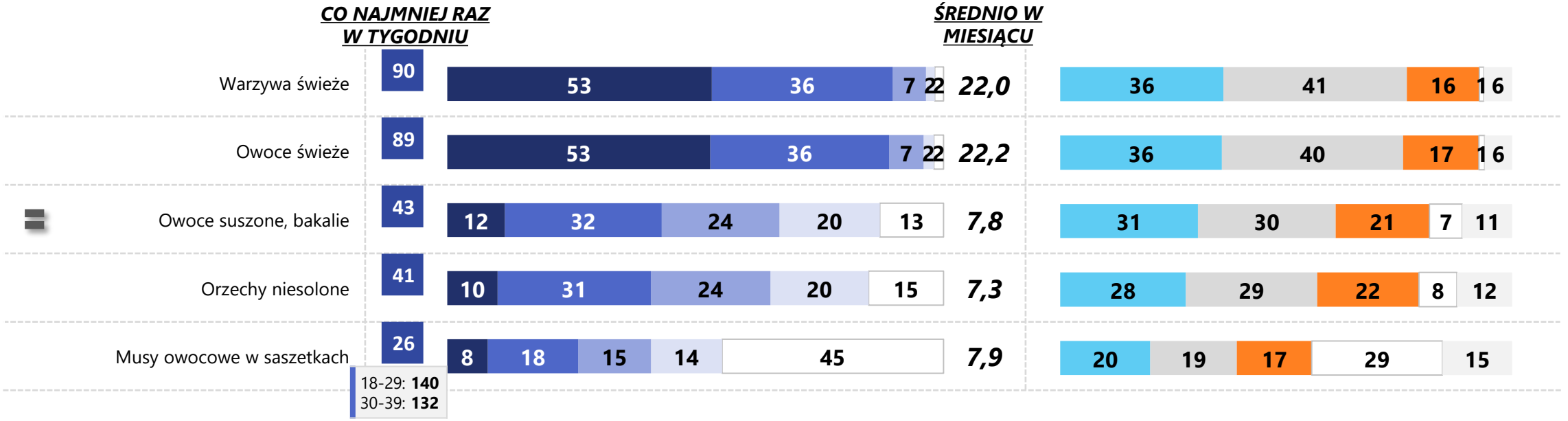
Dane: *w %*
Pyt.: *D1a. Jak często spożywa Pan(i) następujące produkty? Proszę zaznaczyć odpowiedź dla każdej kategorii produktów. D1b. Proszę teraz pomyśleć o czasach 25 lat temu – co się wtedy jadło i piło. Proszę powiedzieć o każdym z tych produktów – czy aktualnie jada je Pan(i) częściej czy rzadziej niż kiedyś?*
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003, Respondenci w wieku >30 lat: n=1545*

Trend wzrostowy w danych sprzedażowych
Trend spadkowy w danych sprzedażowych
Stabilny poziom sprzedaży (dynamika zbliżona do dynamiki sprzedaży całej Biedronki)

Zaledwie nieco ponad połowa Polaków deklaruje codzienne spożywanie świeżych owoców i warzyw. Jednocześnie przeważa przekonanie, że jada się je obecnie częściej niż 25 lat temu.

CZĘSTOTLIWOŚĆ SPOŻYCIA: OWOCE/ WARZYWA/ ORZECHY

CZĘŚCIEJ CZY RZADZIEJ NIŻ 25 LAT TEMU?



Dane: *w %*
Pyt.: *D1a. Jak często spożywa Pan(i) następujące produkty? Proszę zaznaczyć odpowiedź dla każdej kategorii produktów. D1b. Proszę teraz pomyśleć o czasach 25 lat temu – co się wtedy jadło i piło. Proszę powiedzieć o każdym z tych produktów – czy aktualnie jada je Pan(i) częściej czy rzadziej niż kiedyś?*
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003, Respondenci w wieku >30 lat: n=1545*

Trend wzrostowy w danych sprzedażowych

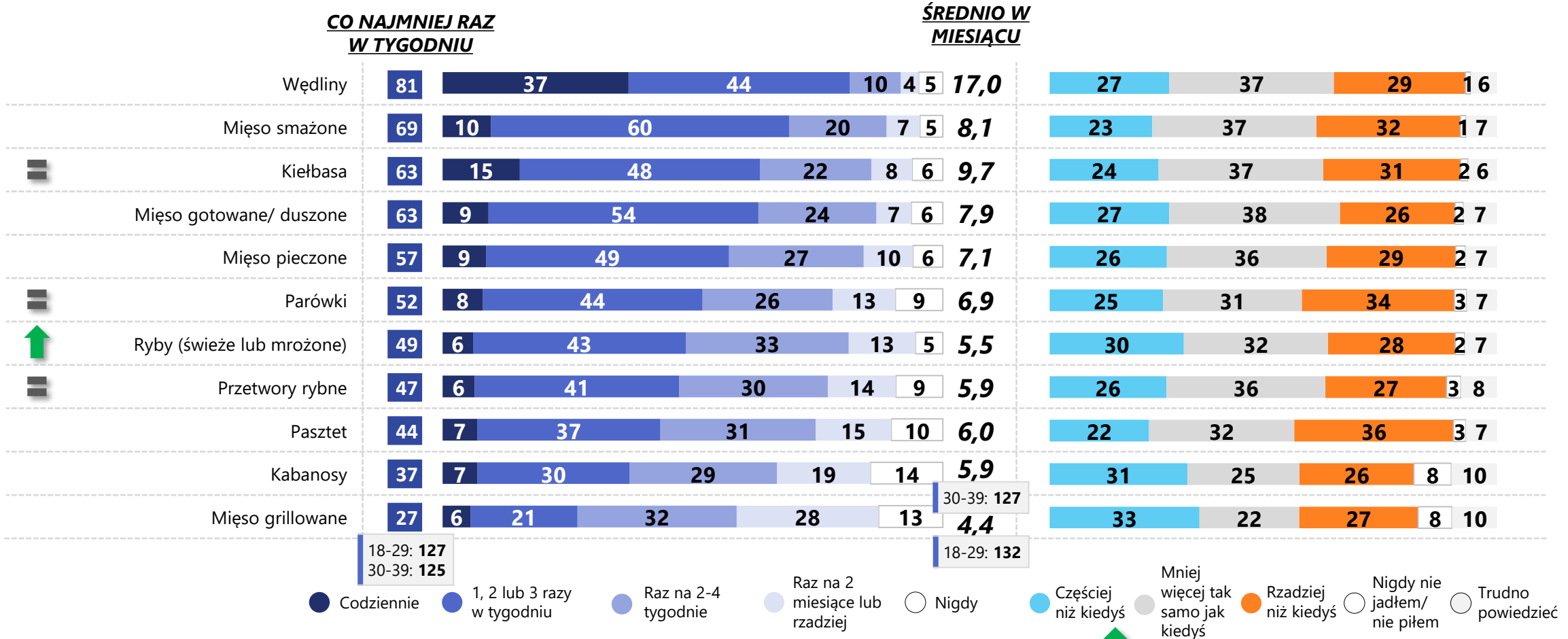
Trend spadkowy w danych sprzedażowych

Stabilny poziom sprzedaży (dynamika zbliżona do dynamiki sprzedaży całej Biedronki)

W kategorii mięs najczęściej spożywane są wędliny – spora część społeczeństwa, bo aż 37%, konsumuje je codziennie. Inne popularne mięsa to te w wydaniu smażonym i gotowanym oraz kiełbasy. Najrzadziej jada się mięso grillowane – cieszy się ono większym powodzeniem wśród osób młodych.

CZĘSTOTLIWOŚĆ SPOŻYCIA – MIĘSO, WĘDLINY, RYBY

CZĘŚCIEJ CZY RZADZIEJ NIŻ 25 LAT TEMU?



Trend wzrostowy w danych sprzedażowych

Trend spadkowy w danych sprzedażowych

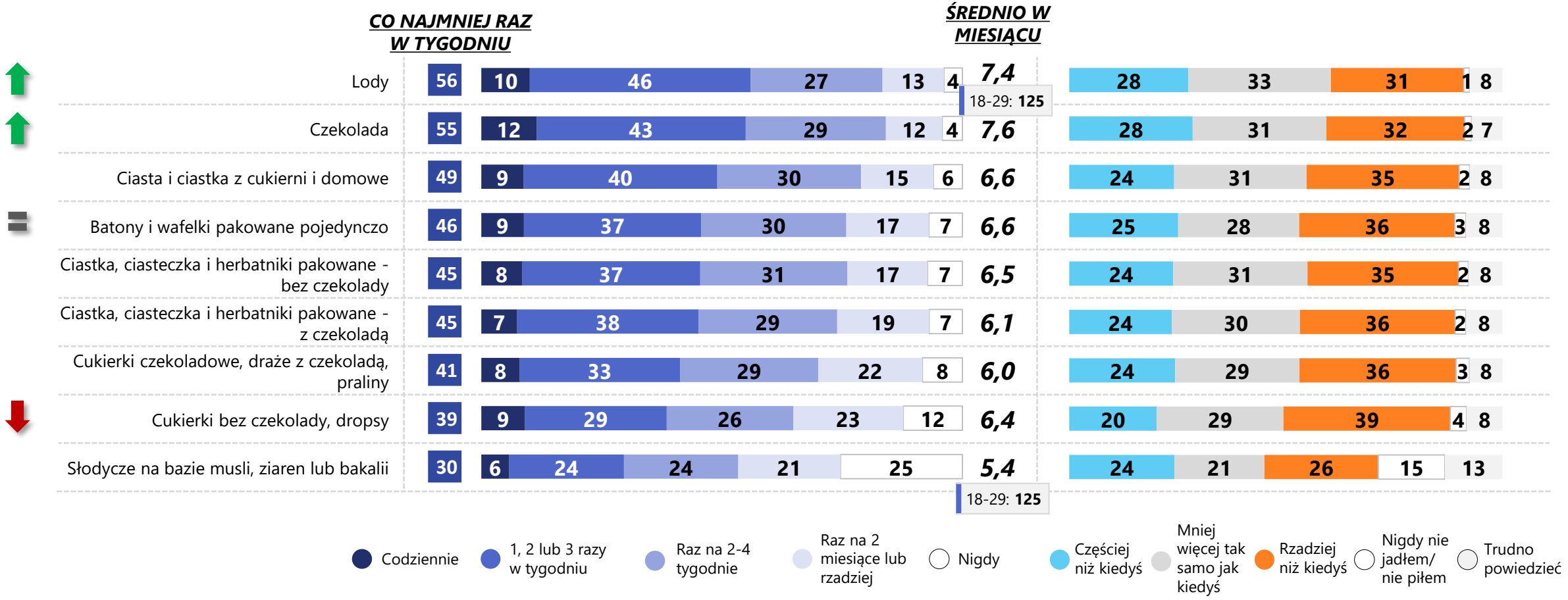
Stabilny poziom sprzedaży (dynamika zbliżona do dynamiki sprzedaży całej Biedronki)

Dane: *w %*
Pyt.: *D1a. Jak często spożywa Pan(i) następujące produkty? Proszę zaznaczyć odpowiedź dla każdej kategorii produktów. D1b. Proszę teraz pomyśleć o czasach 25 lat temu – co się wtedy jadło i piło. Proszę powiedzieć o każdym z tych produktów – czy aktualnie jada je Pan(i) częściej czy rzadziej niż kiedyś?*
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003, Respondenci w wieku >30 lat: n=1545*

Ze słodyczy Polacy najczęściej sięgają po lody i czekoladę – ponad połowa spożywa je przynajmniej raz w tygodniu. Dominuje przekonanie, że słodkości są obecnie jadane rzadziej niż 25 lat temu – pamiętajmy jednak, że mamy tu do czynienia z deklaracjami: chcielibyśmy jeść je rzadziej i to może wpływać na nasze odpowiedzi…

CZĘSTOTLIWOŚĆ SPOŻYCIA – SŁODYCZE

CZĘŚCIEJ CZY RZADZIEJ NIŻ 25 LAT TEMU?



Dane: *w %*
Pyt.: *D1a. Jak często spożywa Pan(i) następujące produkty? Proszę zaznaczyć odpowiedź dla każdej kategorii produktów.*
D1b. Proszę teraz pomyśleć o czasach 25 lat temu – co się wtedy jadło i piło. Proszę powiedzieć o każdym z tych produktów – czy aktualnie jada je Pan(i) częściej czy rzadziej niż kiedyś?
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003, Respondenci w wieku >30 lat: n=1545*

Trend wzrostowy w danych sprzedażowych

Trend spadkowy w danych sprzedażowych

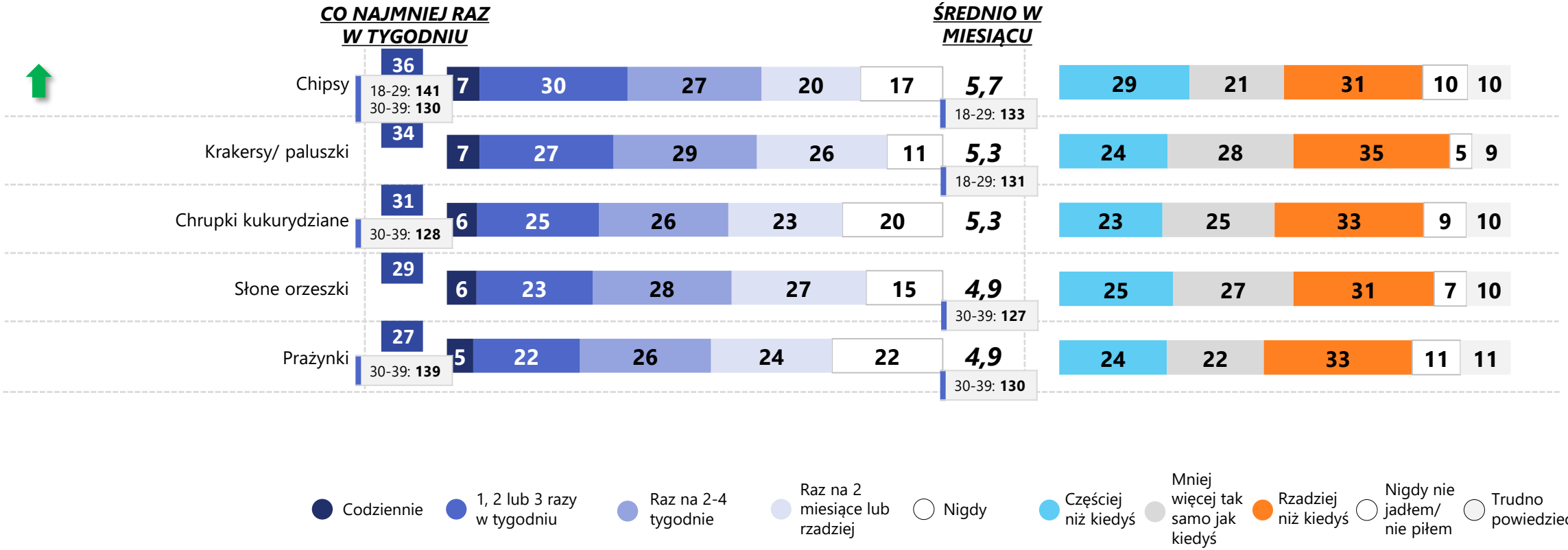
Stabilny poziom sprzedaży (dynamika zbliżona do dynamiki sprzedaży całej Biedronki)

Słone przekąski zdają się cieszyć większą popularnością wśród osób młodszych (do 30 lat). Najczęściej jedzone są chipsy, a następnie krakersy/paluszki czy chrupki – wszystkie te produkty konsumowane są przynajmniej raz w tygodniu przez mniej więcej 1/3 społeczeństwa. Wiemy, że spożycie przekąsek rośnie – jednak w deklaracjach niechętnie się do tego przyznajemy…

SŁONE PRZEKĄSKI

CZĘSTOTLIWOŚĆ SPOŻYCIA – SŁONE PRZEKĄSKI

CZĘŚCIEJ CZY RZADZIEJ NIŻ 25 LAT TEMU?



Dane: *w %*
Pyt.: *D1a. Jak często spożywa Pan(i) następujące produkty? Proszę zaznaczyć odpowiedź dla każdej kategorii produktów. D1b. Proszę teraz pomyśleć o czasach 25 lat temu – co się wtedy jadło i piło. Proszę powiedzieć o każdym z tych produktów – czy aktualnie jada je Pan(i) częściej czy rzadziej niż kiedyś?*
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003, Respondenci w wieku >30 lat: n=1545*

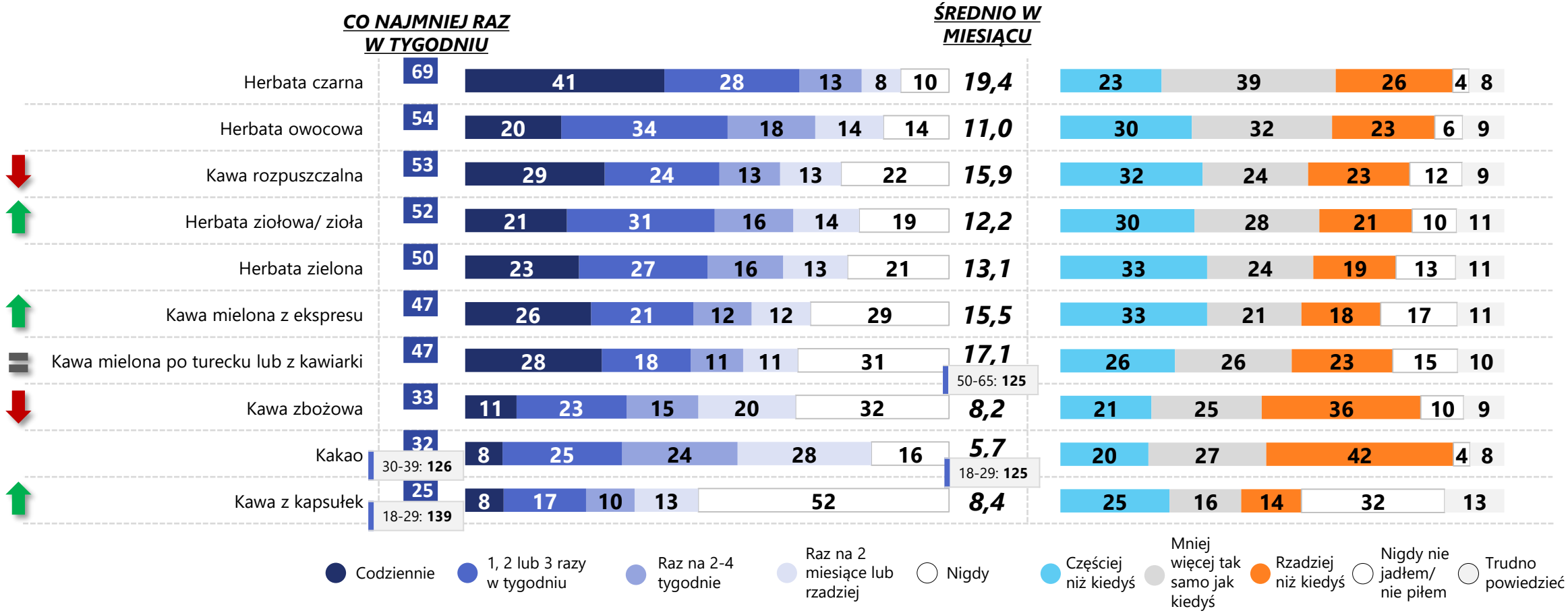
Trend wzrostowy w danych sprzedażowych
Trend spadkowy w danych sprzedażowych
Stabilny poziom sprzedaży (dynamika zbliżona do dynamiki sprzedaży całej Biedronki)

Najczęściej pitym przez Polaków napojem gorącym jest klasyczna czarna herbata – ponad 40% społeczeństwa pije ją codziennie. Wszystkie rodzaje herbat (również owocowa, ziołowa czy zielona) pite są przez przynajmniej połowę osób raz w tygodniu lub częściej. Najpopularniejszym rodzajem kawy jest rozpuszczalna, choć sympatią cieszy się również mielona z ekspresu czy po turecku/ z kawiarki – ta ostatnia szczególnie wśród osób nieco starszych.

NAPOJE GORĄCE

CZĘSTOTLIWOŚĆ SPOŻYCIA – NAPOJE GORĄCE

CZĘŚCIEJ CZY RZADZIEJ NIŻ 25 LAT TEMU?



Dane: *w %*
Pyt.: *D1a. Jak często spożywa Pan(i) następujące produkty? Proszę zaznaczyć odpowiedź dla każdej kategorii produktów. D1b. Proszę teraz pomyśleć o czasach 25 lat temu – co się wtedy jadło i piło. Proszę powiedzieć o każdym z tych produktów – czy aktualnie jada je Pan(i) częściej czy rzadziej niż kiedyś?*
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003, Respondenci w wieku >30 lat: n=1545*

Trend wzrostowy w danych sprzedażowych
Trend spadkowy w danych sprzedażowych
Stabilny poziom sprzedaży (dynamika zbliżona do dynamiki sprzedaży całej Biedronki)

Wśród zimnych napojów najpopularniejsza jest zwykła, niegazowana woda mineralna – ponad połowa Polaków pije ją codziennie. Butelkowana woda jest spożywana częściej niż woda z kranu. Nieco mniej popularna jest woda gazowana. Spoza kategorii wód, powodzeniem cieszą się również soki owocowe, które być może do pewnego stopnia zastąpiły kompot – 44% Polaków deklaruje, że obecnie pije go rzadziej niż 25 lat temu.

CZĘSTOTLIWOŚĆ SPOŻYCIA – SOKI I WODA

CZĘŚCIEJ CZY RZADZIEJ NIŻ 25 LAT TEMU?

	CO NAJMNIEJ RAZ W TYGODNIU					ŚREDNIO W MIESIĄCU					
	73	51	22	10	8	9	24,5	37	30	18	6	9
Woda mineralna niegazowana												
Woda z kranu	63	42	20	8	7	22	23,7	25	32	25	8	9
Woda mineralna gazowana	61	34	27	14	10	15	18,2	33	29	23	6	9
Sok owocowy/ nektar	51	16	36	22	14	12	9,6	29	29	25	6	10
Kompot	44	13	31	23	21	12	8,0	23	25	44	2	6
Świeży sok (jednodniowy/ z krótkim okresem przydatności do spożycia, smoothie)	43	12	30	18	17	22	8,6	30	24	20	13	13
Woda smakowa niegazowana	35	13	22	16	16	33	10,0	25	25	22	17	11
Sok owocowy 'nie z koncentratu', sprzedawany w dużych kartonach lub workach z kranikiem	35	10	25	18	20	27	7,5	27	24	20	16	13
Woda smakowa gazowana	32	10	22	16	17	35	8,4	24	24	23	17	11

Codziennie | 1, 2 lub 3 razy w tygodniu | Raz na 2-4 tygodnie | Raz na 2 miesiące lub rzadziej | Nigdy

Częściej niż kiedyś | Mniej więcej tak samo jak kiedyś | Rzadziej niż kiedyś | Nigdy nie jadłem/ nie piłem | Trudno powiedzieć

Trend wzrostowy w danych sprzedażowych

Trend spadkowy w danych sprzedażowych

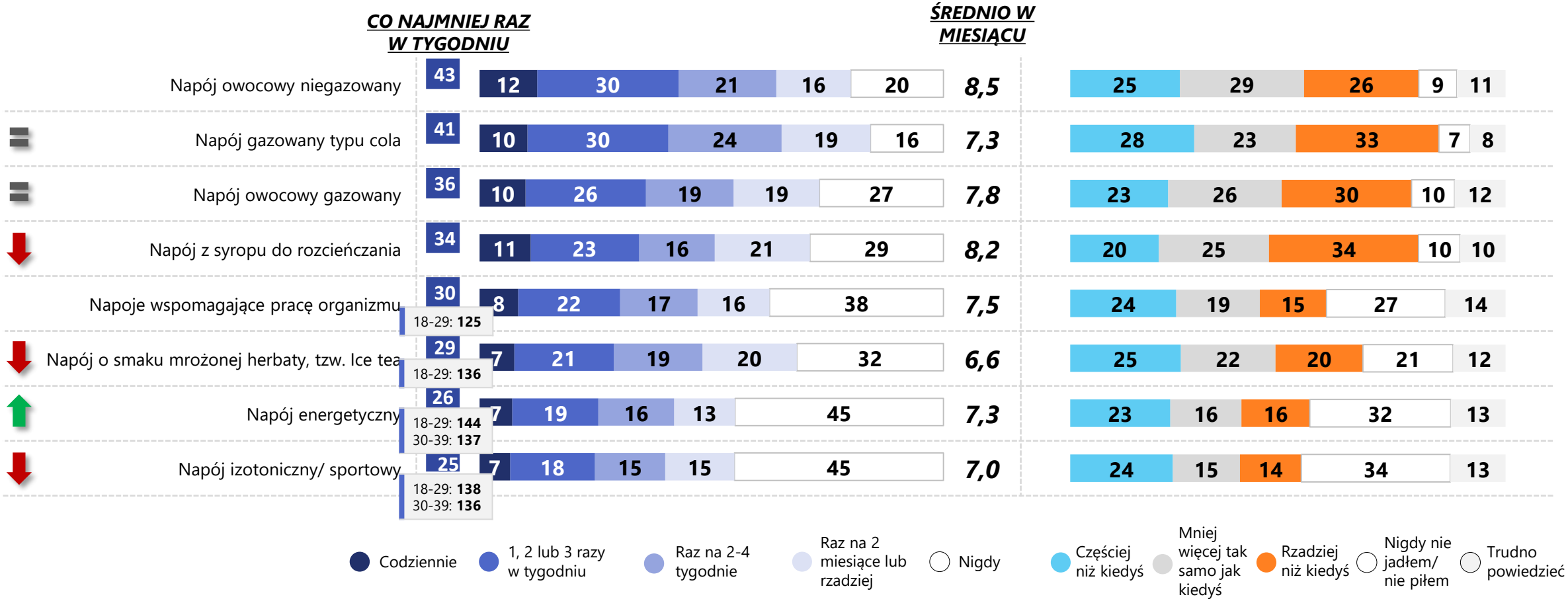
Stabilny poziom sprzedaży (dynamika zbliżona do dynamiki sprzedaży całej Biedronki)

Dane: *w %*
Pyt.: *D1a. Jak często spożywa Pan(i) następujące produkty? Proszę zaznaczyć odpowiedź dla każdej kategorii produktów. D1b. Proszę teraz pomyśleć o czasach 25 lat temu – co się wtedy jadło i piło. Proszę powiedzieć o każdym z tych produktów – czy aktualnie jada je Pan(i) częściej czy rzadziej niż kiedyś?*
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003, Respondenci w wieku >30 lat: n=1545*

Ponad 40% społeczeństwa co najmniej raz w tygodniu spożywa niegazowane napoje owocowe czy napoje typu cola. Wydaje się, że są to dość polaryzujące kategorie – zbliżone odsetki Polaków deklarują, że piją je obecnie rzadziej i częściej niż 25 lat temu. Mniej popularne wśród ogółu Polaków napoje wspomagające prace organizmu, energetyczne, izotoniczne i ice tea cieszą się większym powodzeniem u osób młodych.

NAPOJE

CZĘSTOTLIWOŚĆ SPOŻYCIA – NAPOJE



CZĘŚCIEJ CZY RZADZIEJ NIŻ 25 LAT TEMU?

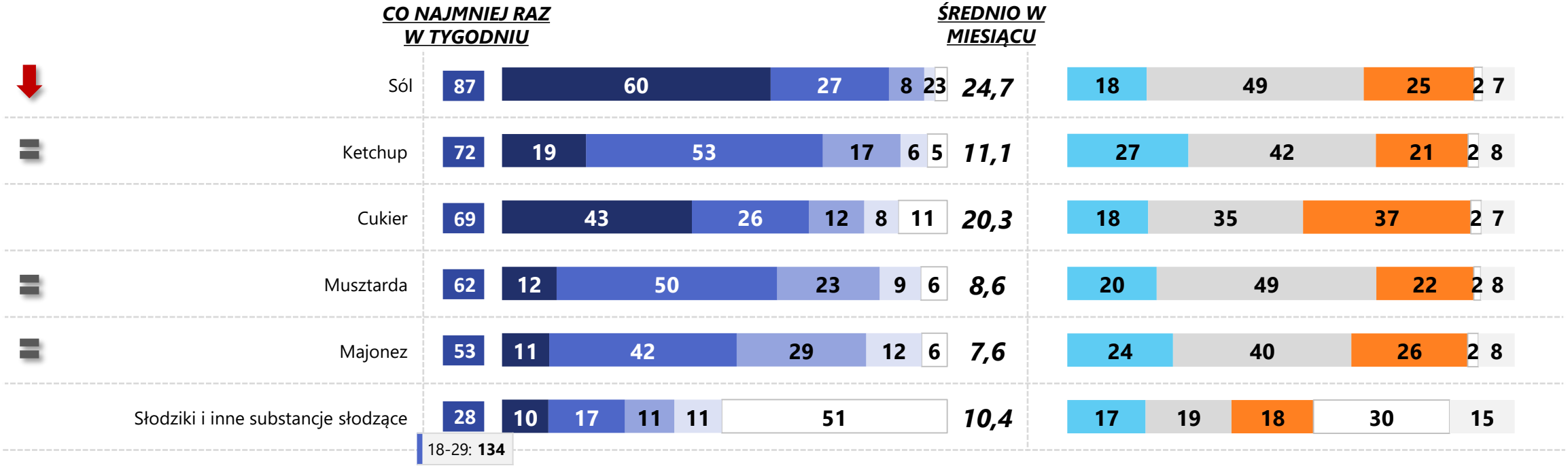
Dane: *w %*
Pyt.: *D1a. Jak często spożywa Pan(i) następujące produkty? Proszę zaznaczyć odpowiedź dla każdej kategorii produktów. D1b. Proszę teraz pomyśleć o czasach 25 lat temu – co się wtedy jadło i piło. Proszę powiedzieć o każdym z tych produktów – czy aktualnie jada je Pan(i) częściej czy rzadziej niż kiedyś?*
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003, Respondenci w wieku >30 lat: n=1545*

Trend wzrostowy w danych sprzedażowych
Trend spadkowy w danych sprzedażowych
Stabilny poziom sprzedaży (dynamika zbliżona do dynamiki sprzedaży całej Biedronki)

Wśród dodatków króluje sól – większość Polaków używa jej codziennie. Często spożywane są również ketchup i cukier – ketchup raczej raz lub kilka razy w tygodniu, za to cukier często codziennie. Jednak ponad 1/3 społeczeństwa deklaruje, iż obecnie korzysta z cukru rzadziej niż jeszcze 25 lat temu.

CZĘSTOTLIWOŚĆ SPOŻYCIA – DODATKI

CZĘŚCIEJ CZY RZADZIEJ NIŻ 25 LAT TEMU?



Codziennie | 1, 2 lub 3 razy w tygodniu | Raz na 2-4 tygodnie | Raz na 2 miesiące lub rzadziej | Nigdy

Częściej niż kiedyś | Mniej więcej tak samo jak kiedyś | Rzadziej niż kiedyś | Nigdy nie jadłem/ nie piłem | Trudno powiedzieć

Dane: *w %*
Pyt.: *D1a. Jak często spożywa Pan(i) następujące produkty? Proszę zaznaczyć odpowiedź dla każdej kategorii produktów. D1b. Proszę teraz pomyśleć o czasach 25 lat temu – co się wtedy jadło i piło. Proszę powiedzieć o każdym z tych produktów – czy aktualnie jada je Pan(i) częściej czy rzadziej niż kiedyś?*
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003, Respondenci w wieku >30 lat: n=1545*

Trend wzrostowy w danych sprzedażowych

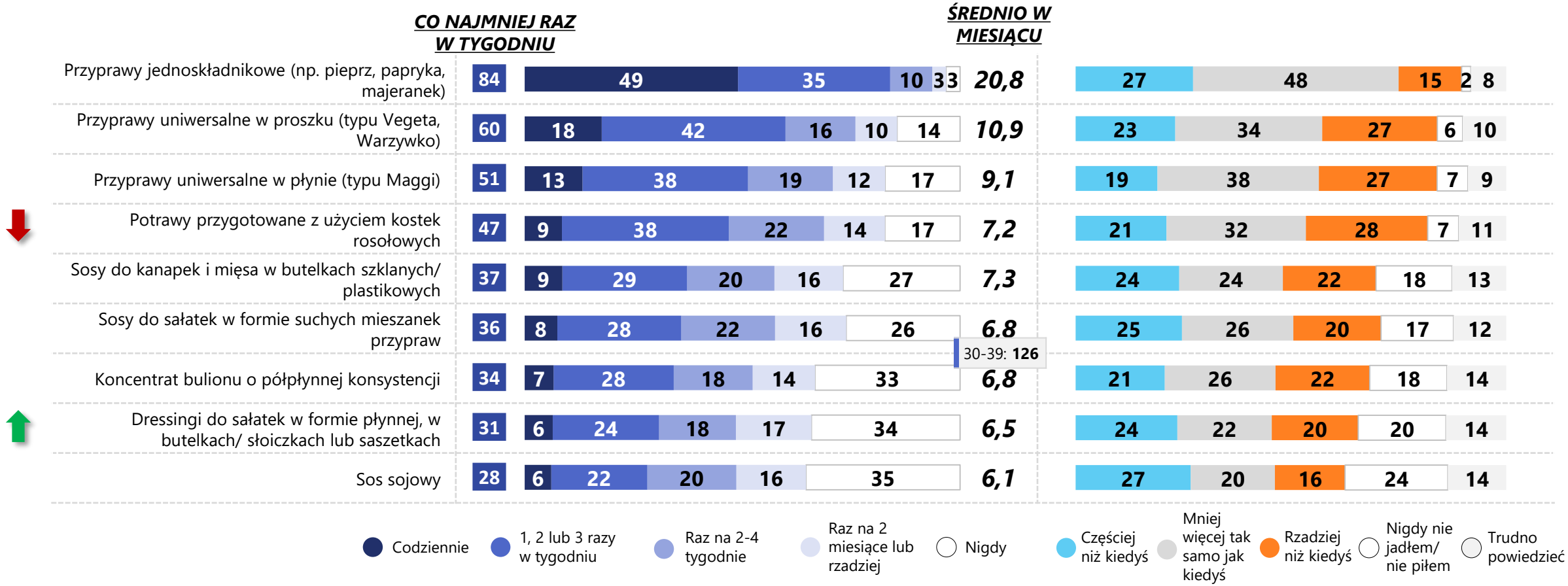
Trend spadkowy w danych sprzedażowych

Stabilny poziom sprzedaży (dynamika zbliżona do dynamiki sprzedaży całej Biedronki)

Najpopularniejszymi przyprawami są te klasyczne, jednoskładnikowe – prawie połowa konsumentów używa ich codziennie. Często stosowane są również uniwersalne przyprawy – czy to w proszku (typu Vegeta), czy w płynie (typu Maggi). Są też jednak przyprawy, których spora część (1/3) społeczeństwa nie używa wcale – np. półpłynne koncentraty bulionu, dressingi do sałatek czy sos sojowy.

CZĘSTOTLIWOŚĆ SPOŻYCIA – PRZYPRAWY I SOSY

CZĘŚCIEJ CZY RZADZIEJ NIŻ 25 LAT TEMU?



Dane: *w %*
Pyt.: *D1a. Jak często spożywa Pan(i) następujące produkty? Proszę zaznaczyć odpowiedź dla każdej kategorii produktów. D1b. Proszę teraz pomyśleć o czasach 25 lat temu – co się wtedy jadło i piło. Proszę powiedzieć o każdym z tych produktów – czy aktualnie jada je Pan(i) częściej czy rzadziej niż kiedyś?*
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003, Respondenci w wieku >30 lat: n=1545*

Trend wzrostowy w danych sprzedażowych
Trend spadkowy w danych sprzedażowych
Stabilny poziom sprzedaży (dynamika zbliżona do dynamiki sprzedaży całej Biedronki)

Dania gotowe są przez Polaków stosowane średnio kilka razy w miesiącu. Najczęściej sięgamy po przetwory warzywne w słoikach i warzywa w puszkach. Kategoria jest zdecydowanie bardziej popularna wśród osób młodszych, do 39, a zwłaszcza do 29 roku życia.

DANIE GOTOWE

CZĘSTOTLIWOŚĆ SPOŻYCIA – DANIA GOTOWE

CO NAJMNIEJ RAZ W TYGODNIU

CZĘŚCIEJ CZY RZADZIEJ NIŻ 25 LAT TEMU?

ŚREDNIO W MIESIĄCU

	CO NAJMNIEJ RAZ W TYGODNIU	Codziennie	1, 2 lub 3 razy w tygodniu	Raz na 2-4 tygodnie	Raz na 2 miesiące lub rzadziej	Nigdy	ŚREDNIO W MIESIĄCU	Częściej niż kiedyś	Mniej więcej tak samo jak kiedyś	Rzadziej niż kiedyś	Nigdy nie jadłem/ nie piłem	Trudno powiedzieć
Gotowe przetwory warzywne w słoikach (np. ogórki konserwowe)	39	6	33	31	16	14	5,8	18-29: 127	25	33	24	8	10
Warzywa w puszkach	32	5	28	32	20	15	4,8	18-29: 126 30-39: 128	28	32	22	9	10
Gotowe dania garmażeryjne lub kupowane na tackach do odgrzania (np. pierogi, naleśniki, kotlety)	27	18-29: 125	5	22	29	23	22	4,7	18-29: 132 30-39: 130	30	21	24	14	11
Danie przygotowane w oparciu o fix/ pomysł na	26	18-29: 139	4	22	26	22	27	4,6	18-29: 136	28	19	24	17	12
Gotowe sosy przygotowane z proszku	24	18-29: 139	5	20	22	23	31	4,8	18-29: 132 30-39: 127	24	20	27	17	12
Gotowe zupy przygotowane z proszku/ w torebkach, instant np. typu „gorący kubek”	24	18-29: 132 30-39: 127	5	19	21	25	30	4,9	M: 125 30-39: 132	26	19	27	16	11
Gotowe sosy w słoikach	24	18-29: 135	4	20	24	23	29	4,5	30-39: 133	27	21	24	18	11
Gotowe dania w słoikach/ w postaci konserw (np. pulpety, gołąbki)	23	M: 126	18-29: 132 30-39: 125	4	19	22	27	28	4,5	18-29: 135 30-39: 139	24	22	28	15	10
Gotowe zupy przygotowane z proszku/ w torebkach, do gotowania	23	18-29: 142	5	18	20	24	34	5,0	18-29: 142	23	20	27	18	12
Gotowe dania w kubkach do zalania wrzątkiem, instant (np. owsianka, puree ziemniaczane, nudle)	22	18-29: 134 30-39: 128	5	17	19	23	36	5,1	18-29: 129	24	17	26	20	12
Gotowe zupy w kartonach/ słoikach/ pojemnikach	20	M: 130	18-29: 140 30-39: 130	4	15	18	20	42	4,9	30-39: 129	22	18	23	25	12

100tys+: 125

Trend wzrostowy w danych sprzedażowych

Trend spadkowy w danych sprzedażowych

Stabilny poziom sprzedaży (dynamika zbliżona do dynamiki sprzedaży całej Biedronki)

Dane: *w %*

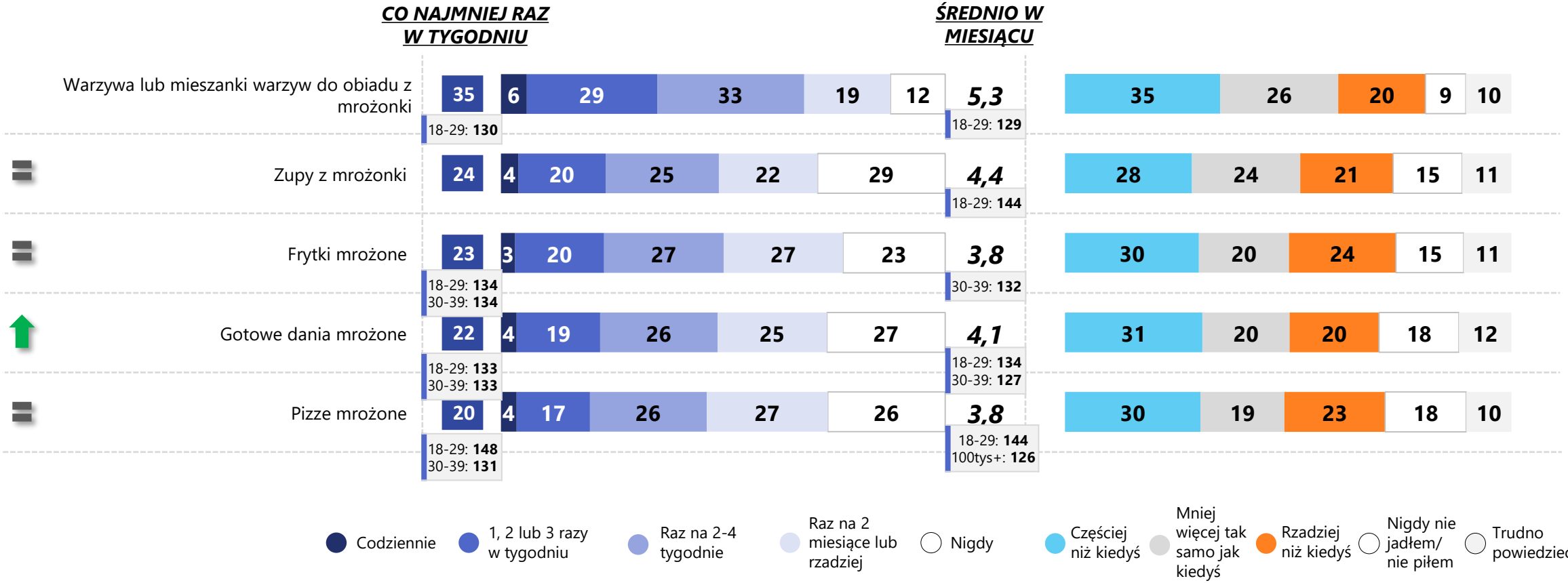
Pyt.: *D1a. Jak często spożywa Pan(i) następujące produkty? Proszę zaznaczyć odpowiedź dla każdej kategorii produktów. D1b. Proszę teraz pomyśleć o czasach 25 lat temu – co się wtedy jadło i piło. Proszę powiedzieć o każdym z tych produktów – czy aktualnie jada je Pan(i) częściej czy rzadziej niż kiedyś?*

Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003, Respondenci w wieku >30 lat: n=1545*

Kategoria mrożonek charakteryzuje się zbliżonymi wzorcami korzystania do dań gotowych. Najpopularniejszą subkategorię stanowią mrożone warzywa i mieszanki warzyw – 1 na 3 Polaków spożywa je przynajmniej raz w tygodniu.

CZĘSTOTLIWOŚĆ SPOŻYCIA – MROŻONKI

CZĘŚCIEJ CZY RZADZIEJ NIŻ 25 LAT TEMU?



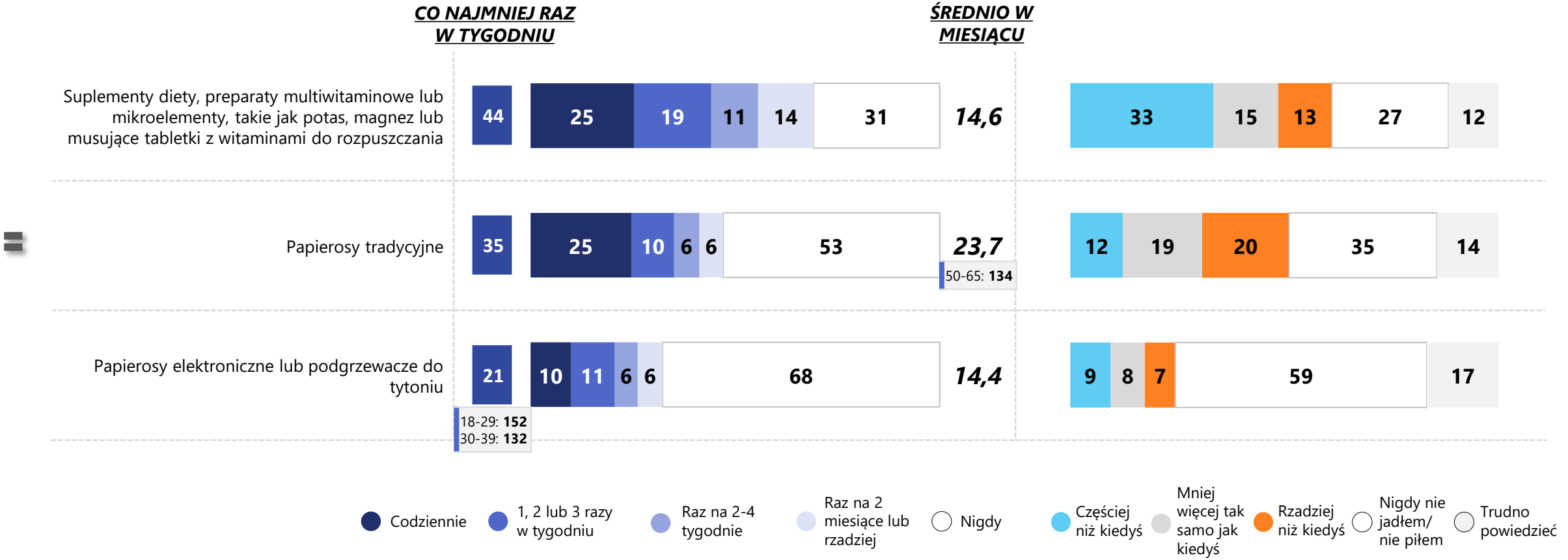
Dane: *w %*
Pyt.: *D1a. Jak często spożywa Pan(i) następujące produkty? Proszę zaznaczyć odpowiedź dla każdej kategorii produktów.*
D1b. Proszę teraz pomyśleć o czasach 25 lat temu – co się wtedy jadło i piło. Proszę powiedzieć o każdym z tych produktów – czy aktualnie jada je Pan(i) częściej czy rzadziej niż kiedyś?
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003, Respondenci w wieku >30 lat: n=1545*

Trend wzrostowy w danych sprzedażowych
Trend spadkowy w danych sprzedażowych
Stabilny poziom sprzedaży (dynamika zbliżona do dynamiki sprzedaży całej Biedronki)

Kategorią, która zyskała na popularności na przestrzeni ostatniego ćwierćwiecza są suplementy diety: 1/3 Polaków twierdzi, że spożywa je obecnie częściej niż kiedyś, a co czwarta osoba używa ich codziennie. Ponad połowa konsumentów nie pali w ogóle papierosów tradycyjnych, a wśród tych, którzy to robią, szczególnie często palą osoby nieco starsze. Młodsi natomiast są nieco częściej niż reszta społeczeństwa użytkownikami papierosów elektronicznych.

CZĘSTOTLIWOŚĆ SPOŻYCIA – SUPLEMENTY I PAPIEROSY

CZĘŚCIEJ CZY RZADZIEJ NIŻ 25 LAT TEMU?



Trend wzrostowy w danych sprzedażowych

Trend spadkowy w danych sprzedażowych

Stabilny poziom sprzedaży (dynamika zbliżona do dynamiki sprzedaży całej Biedronki)

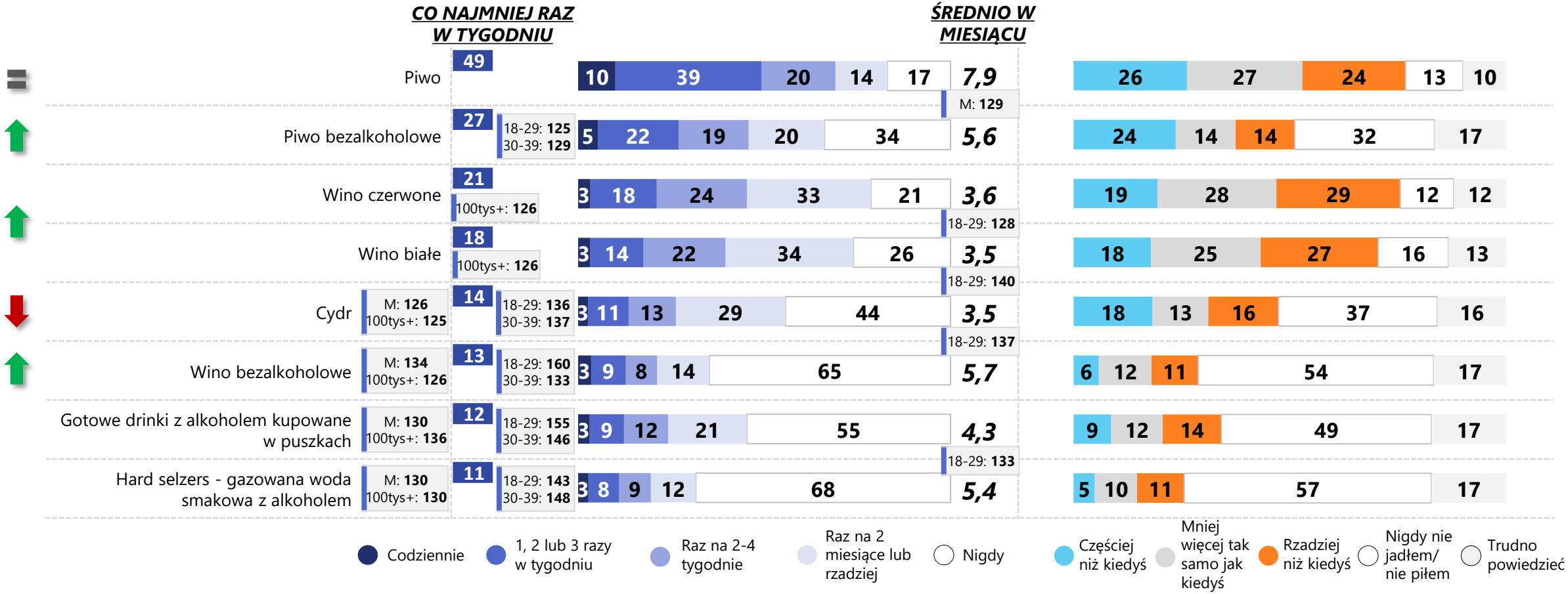
Dane: *w %*
Pyt.: *D2a. Jak często, jeżeli w ogóle używa / pija Pan(i) ....? D2b. Proszę teraz pomyśleć o czasach 25 lat temu. Proszę powiedzieć o każdym z tych produktów i alkoholi – czy aktualnie używa ich / pija je Pan(i) częściej czy rzadziej niż kiedyś?*
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003, Respondenci w wieku >43 lat: n=854*

W kategorii słabszych alkoholi zdecydowanym zwycięzcą jest piwo – połowa Polaków pije je przynajmniej raz w tygodniu. Szczególnie często sięgają po nie mężczyźni. Nieco mniej popularne są piwa bezalkoholowe i wina. Najmniejszym powodzeniem cieszą się hard selzers – ponad 2/3 społeczeństwa nie pija ich nigdy.

SŁABSZE ALKOHOLE

CZĘSTOTLIWOŚĆ SPOŻYCIA – SŁABSZE ALKOHOLE

CZĘŚCIEJ CZY RZADZIEJ NIŻ 25 LAT TEMU?



Trend wzrostowy w danych sprzedażowych

Trend spadkowy w danych sprzedażowych

Stabilny poziom sprzedaży (dynamika zbliżona do dynamiki sprzedaży całej Biedronki)

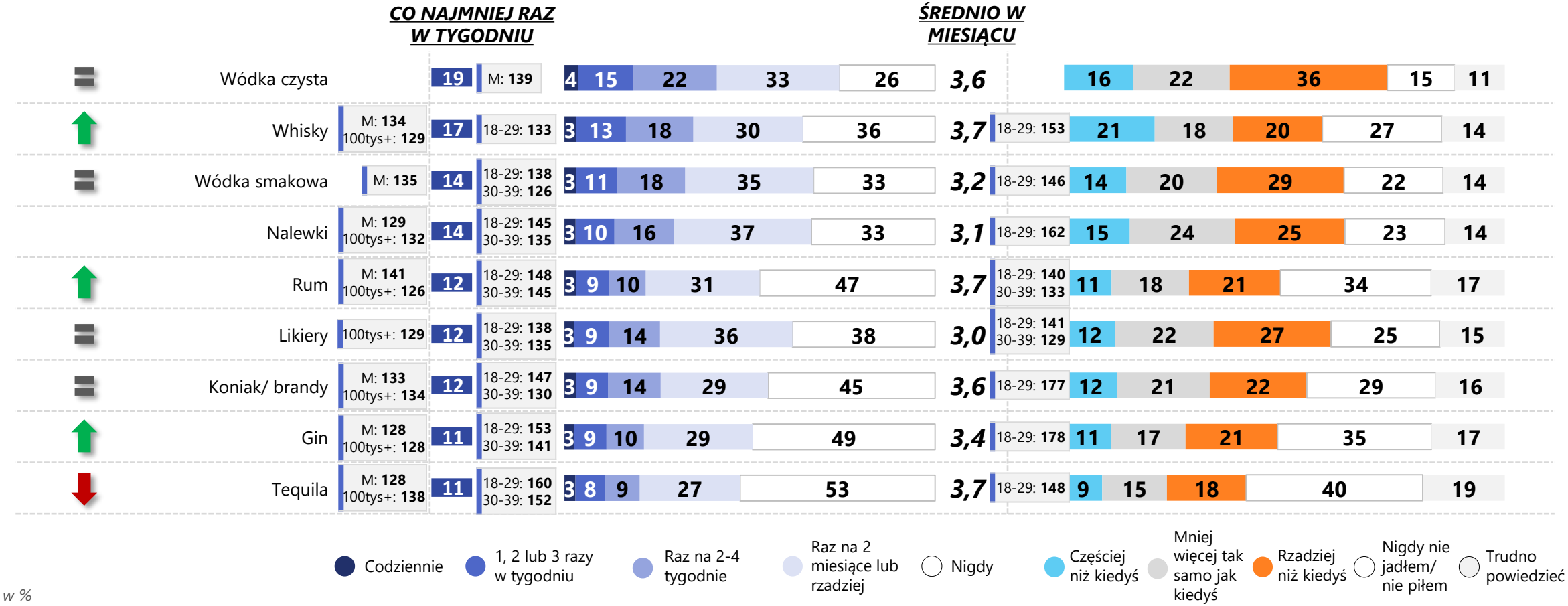
Dane: *w %*
Pyt.: *D2a. Jak często, jeżeli w ogóle używa / pija Pan(i) ….? D2b. Proszę teraz pomyśleć o czasach 25 lat temu. Proszę powiedzieć o każdym z tych produktów i alkoholi – czy aktualnie używa ich / pija je Pan(i) częściej czy rzadziej niż kiedyś?*
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003, Respondenci w wieku >43 lat: n=854*

Jeśli chodzi o mocniejsze alkohole, to różnice w częstotliwości ich spożywania nie są bardzo znaczące. Najpopularniejsza jest czysta wódka – 1 na 5 osób deklaruje spożywanie jej przynajmniej raz na tydzień. Jednak znaczna (ponad 1/3) część społeczeństwa uważa, że pije ją rzadziej niż 25 lat temu. Mocne alkohole częściej pite są przez osoby młode oraz mężczyzn – alkohole inne niż wódka także przez mieszkańców dużych miast.

MOCNIEJSZE ALKOHOLE

CZĘSTOTLIWOŚĆ SPOŻYCIA – MOCNIEJSZE ALKOHOLE

CZĘŚCIEJ CZY RZADZIEJ NIŻ 25 LAT TEMU?



Dane: *w %*
Pyt.: *D2a. Jak często, jeżeli w ogóle używa / pija Pan(i) ….? D2b. Proszę teraz pomyśleć o czasach 25 lat temu. Proszę powiedzieć o każdym z tych produktów i alkoholi – czy aktualnie używa ich / pija je Pan(i) częściej czy rzadziej niż kiedyś?*
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003, Respondenci w wieku >43 lat: n=854*

Trend wzrostowy w danych sprzedażowych
Trend spadkowy w danych sprzedażowych
Stabilny poziom sprzedaży (dynamika zbliżona do dynamiki sprzedaży całej Biedronki)

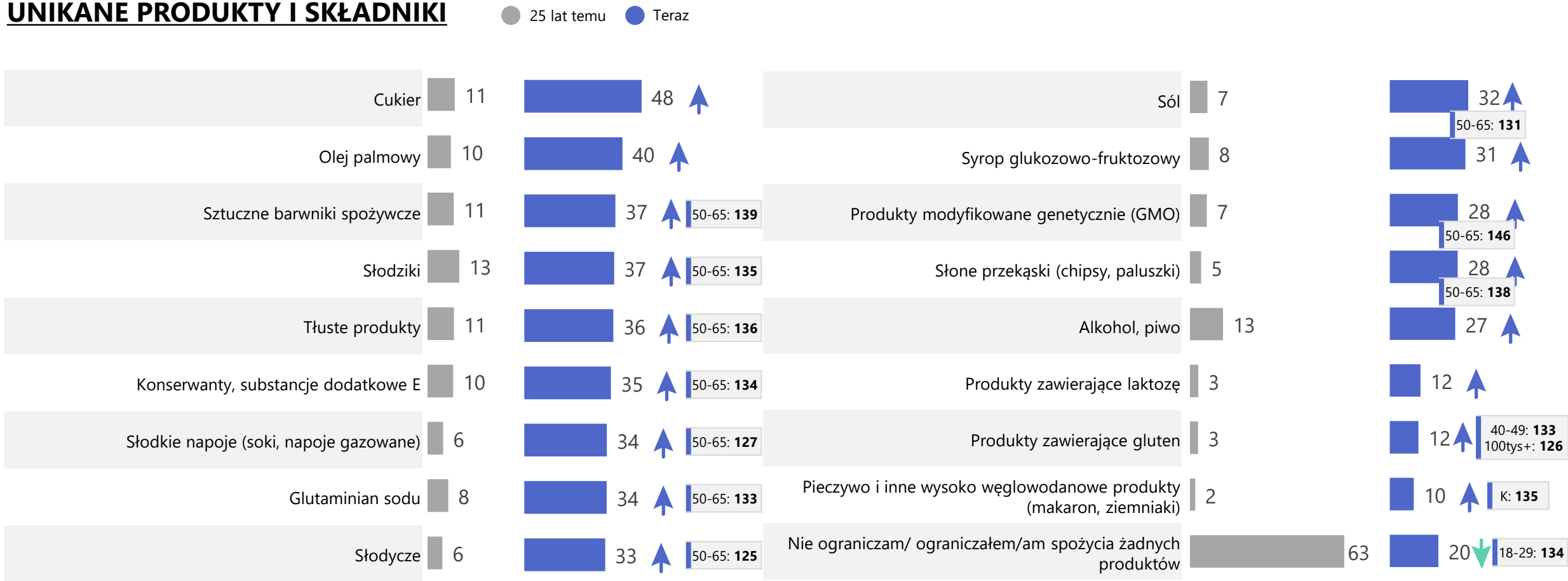
Produkty specjalnego przeznaczenia

Rośnie świadomość konieczności ograniczania niektórych składników i popularność kategorii specjalnych – produktów z obniżoną zawartością cukru/ tłuszczu, bio/ eko, wegetariańskich

Głównym miejscem zakupu tych kategorii są dyskonty, a przede wszystkim Biedronka

Cukier jest składnikiem, którego Polacy unikają najbardziej – ograniczanie go deklaruje niemal połowa społeczeństwa. Zaledwie jedna na pięć osób przyznaje, że nie unika spożycia żadnych produktów. Widać tu wyraźną zmianę w porównaniu do sytuacji 25 lat temu – w naszych wspomnieniach większość z nas wówczas nie odmawiała sobie niczego.

UNIKANE PRODUKTY I SKŁADNIKI

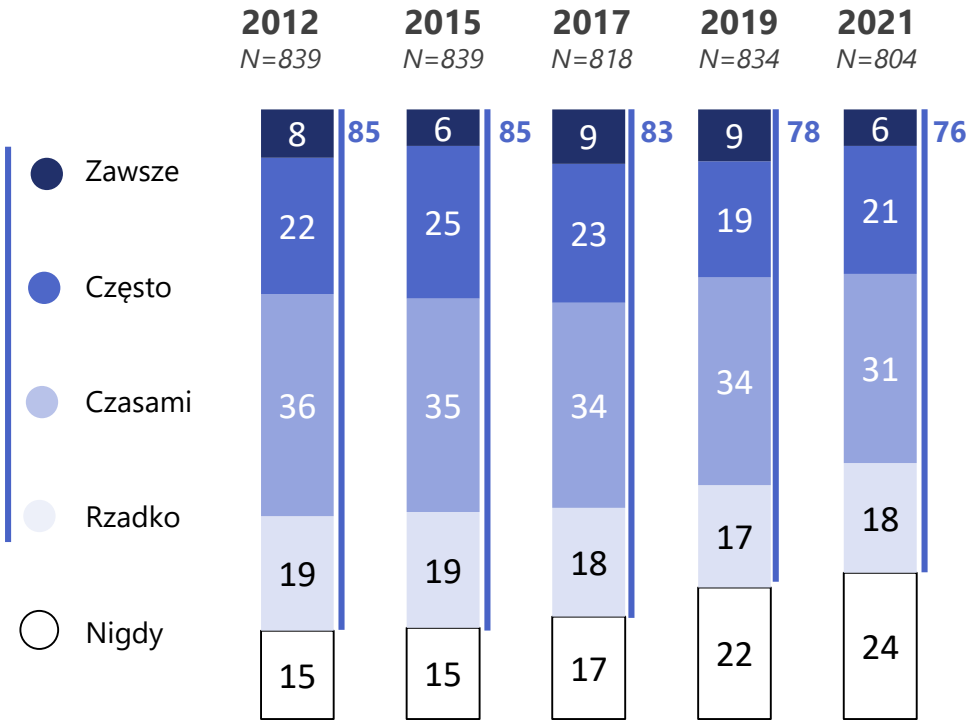


Dane: *w %*
Pyt.: K17a. Czy aktualnie ogranicza Pan(i) spożycie jakichś rodzajów produktów lub unika określonych składników? K17b. Czy 25 lat temu ograniczał(a) Pan(i) spożycie jakichś rodzajów produktów lub unikał(a) Pan(i) określonych składników?
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003, Respondenci w wieku >30 lat: n=1545*

Wartość istotnie wyższa/niższa niż 25 lat temu (przedział ufności 95%)

Choć rośnie świadomość tego, że niektórych składników powinno się unikać, nadal mniejszość z nas sprawdza skład produktu na etykiecie. 3/4 Polaków przynajmniej czasami czyta etykiety, ale to, co najbardziej nas na nich interesuje, to termin przydatności do spożycia.

CZY CZYTAMY ETYKIETY?



NA CO ZWRACAMY UWAGĘ NA ETYKIETACH?

	2012 N=717	2015 N=700	2017 N=681	2019 N=654	2021 N=611
Termin przydatności do spożycia	87	84	77	80	68
Skład	38	38	42	48	47
Konserwanty	27	28	26	26	25
Sztuczne barwniki	14	19	17	20	15
Liczba kalorii	16	11	12	14	12
Zawartość (%) tłuszczu	15	16	16	18	12
Zawartość żywych kultur bakterii	2	2	4	6	4
Zawartość produktów roślinnych	2	4	5	6	4
Zawartość cukru	0	7	11	16	14
Ilość składników	0	12	14	17	12
Zawartość soli	0	6	10	14	9
Czy jest produkowany w Polsce	0	0	9	10	10
Brak GMO	0	0	7	11	10
Obecność glutenu	0	0	4	5	4
Obecność laktozy	0	0	3	7	3
Zawartość oleju palmowego	0	0	0	7	8
Czy opakowanie jest zwrotne/ nadaje się do recyclingu	0	0	0	0	1

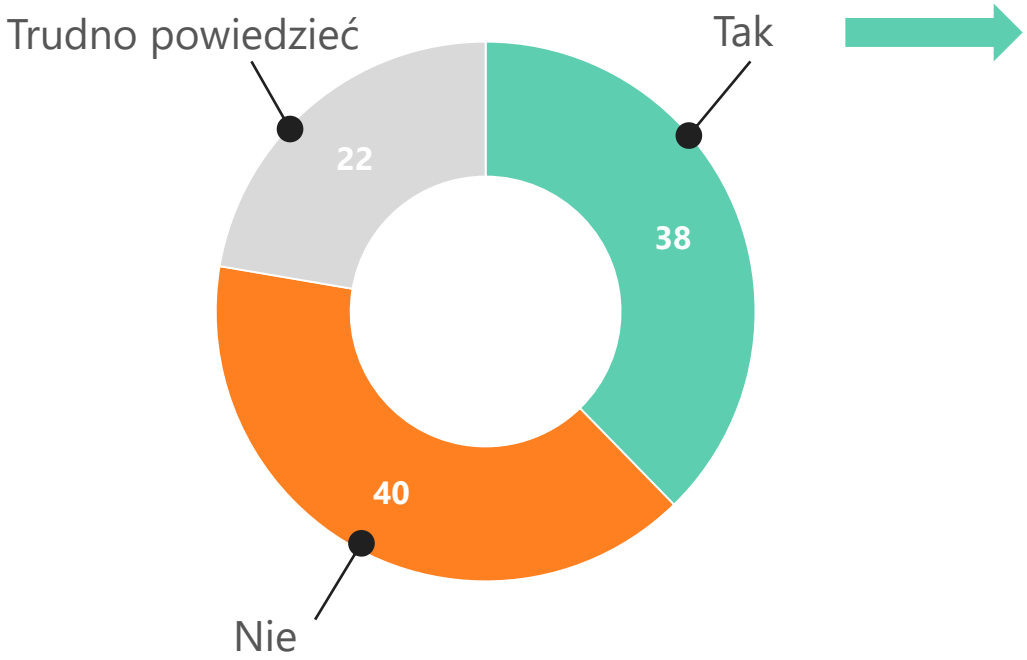
Dane: *w %*
Pyt.: *BN8. Czy czyta Pan/i etykiety na opakowaniach produktów spożywczych (jedzenia i napojów)? B23.1. Kiedy czyta Pan(i) etykiety na opakowaniach produktów spożywczych (jedzenia i napojów), jeśli w ogóle, na które z następujących informacji zwraca Pan(i) uwagę?*
Baza*: wszyscy respondenci, Food Tredns 2021, n=804*

PRODUKTY LIGHT

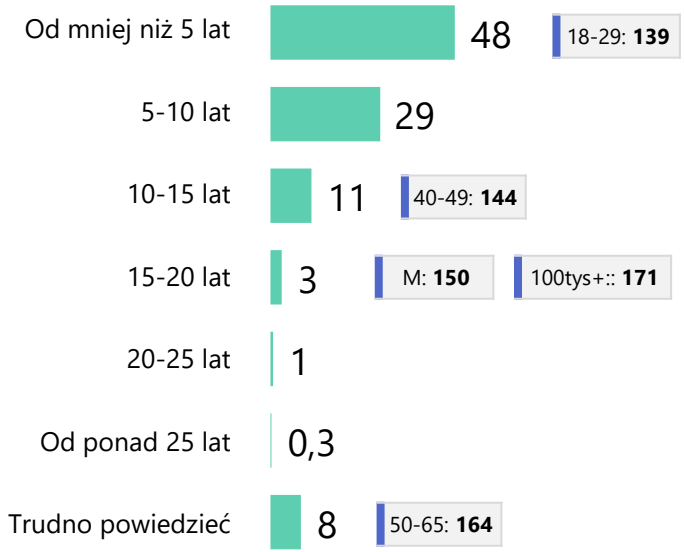
Produkty light jada 38% Polaków – ten odsetek wzrósł znacząco w ostatnich latach

CZY JADAMY PRODUKTY LIGHT?

np. lekkie, o obniżonej zawartości tłuszczu lub cukru



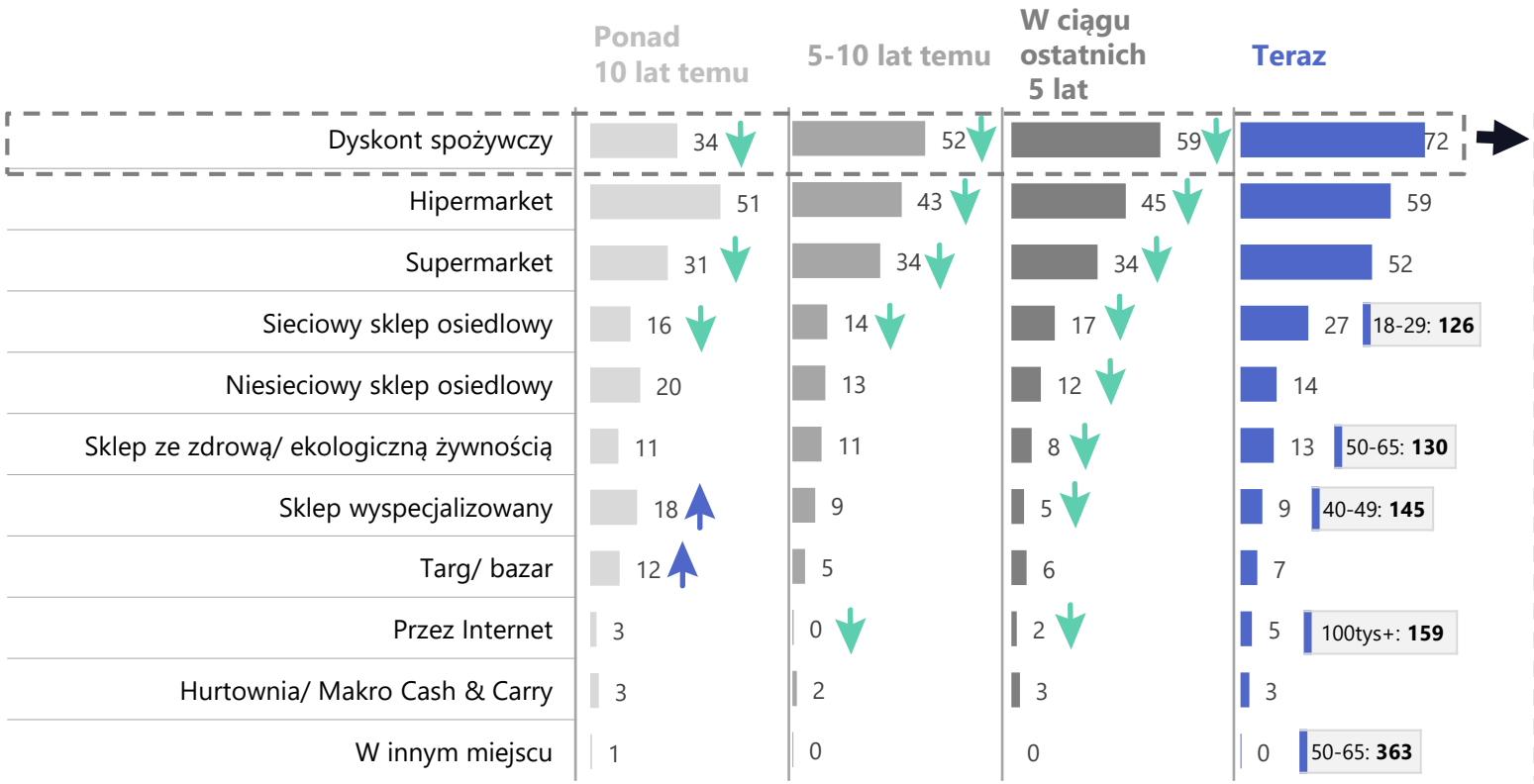
OD KIEDY?



Dane:
Pyt.: *D3a. Czy obecnie jada Pan(i) produkty LIGHT (lekkie, o obniżonej zawartości tłuszczu lub cukru)? D3c. Kiedy, w przybliżeniu, zaczął/zaczęła Pan(i) kupować produkty LIGHT?*
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003, Osoby, które obecnie jadają produkty LIGHT, N=785*

...A kupuje się je zazwyczaj w dyskontach, zwłaszcza w Biedronce.

MIEJSCE ZAKUPU PRODUKTÓW LIGHT



	Ponad 10 lat temu	5-10 lat temu	W ciągu ostatnich 5 lat	Teraz
Biedronka	81%	82%	86%	86%
Lidl	35%	45%	46%	63%
Netto	24%	9%	14%	20%
Kaufland	19%	36%	28%	39%
Aldi	11%	5%	5%	10%
Inny	3%	2%	2%	2%

100tys+: **147**

Dane:
Pyt.: *D40a. Gdzie kupuje Pan(i) produkty LIGHT? D41a. W którym z dyskontów kupuje Pan(i) produkty LIGHT? D40c. Proszę pomyśleć o czasie, kiedy zaczął/zaczęła Pan(i) kupować produkty LIGHT. Gdzie kupował/a Pan(i) wtedy produkty LIGHT? D41c. W którym z dyskontów kupował(a) Pan(i) wtedy produkty LIGHT?*
Baza*: Osoby, które obecnie jadają produkty LIGHT, N=785, Osoby, które zaczęły kupować produkty LIGHT... w ciągu ostatnich 5 lat, N=386; 5-10 lat temu, N=224; Ponad 10 lat temu, N=116*
Osoby, które kupują produkty LIGHT w dyskontach, N=567, Osoby, które zaczęły kupować produkty LIGHT w dyskontach... w ciągu ostatnich 5 lat, N=225; 5-10 lat temu, N=114; Ponad 10 lat temu, N=40

Wartość istotnie wyższa/niższa niż teraz (przedział ufności 95%)

„Odtłuszczanie" kuchni wpasowuje się w modę na zdrowe żywienie. Produkty light pomagają w tym, ale nie są traktowane jako główny środek do celu.

Konsumenci **zwracają uwagę, by redukować ilość tłuszczu w diecie, ale robią to inaczej**, niż podczas mody na light produkty: **chodzi o zmianę nawyków**, np.:

- **Mniej smażenia**, więcej pieczenia czy gotowania na parze
- Koncentrowanie się na bardziej **zbilansowanej diecie**, a **nie: zupełne redukowanie tłuszczu, tym bardziej kosztem smaku!** (jak miało to miejsce w mlecznych produktach light).

W pewnym sensie ich miejsce zajmują produkty „fit", które:

- Dobrze wpisują się w kulturę aktywności fizycznej (nie: kojarzonego z wyrzeczeniami odchudzania)
- Nie kojarzą się z utratą smaku (ale bardziej ogólnie: ze zdrowiem)
- Oraz są czymś bardziej uniwersalnym (bo „wpadają" tu produkty, które są też bez cukru, mają więcej białka, etc.); **nie patrzy się już tylko, by było mniej kalorii… a bardziej: by to były dobre kalorie** (→ podejście wielowymiarowe).

*15 lat temu była moda na jogurty, produkty **beztłuszczowe, 0% tłuszczu**: jogurty pitne, kubeczkowe, twarogi, sery typowo lekkie, fermentowane produkty i to się nie przyjęło. **Na początku super, fajne, modne, ale jednak tutaj eksperci się włączyli, że zaczęli mówić, że to nic nie przynosi dla zdrowia pozytywnego**, więc lepiej jeść produkty, które posiadają tłuszcz, bo lepiej przyswajamy te składniki, witaminy, więc to jest lepsze dla naszego zdrowia. **Teraz rzadko już się spotyka te produkty, to taka największa moda, która została wyparta***
Producent żywności

*Ja do Biedronki chodzę dla produktów bio i fit (super masło orzechowe, produkty Vitanella); Kupuję tylko takie produkty "fit" jak **płatki śniadaniowe bez cukru, batony bez cukru** i tym podobne, ale tylko **po zapoznaniu się ze składem** i upewnieniem się czy napis na etykiecie zgadza się ze stanem rzeczywistym.*

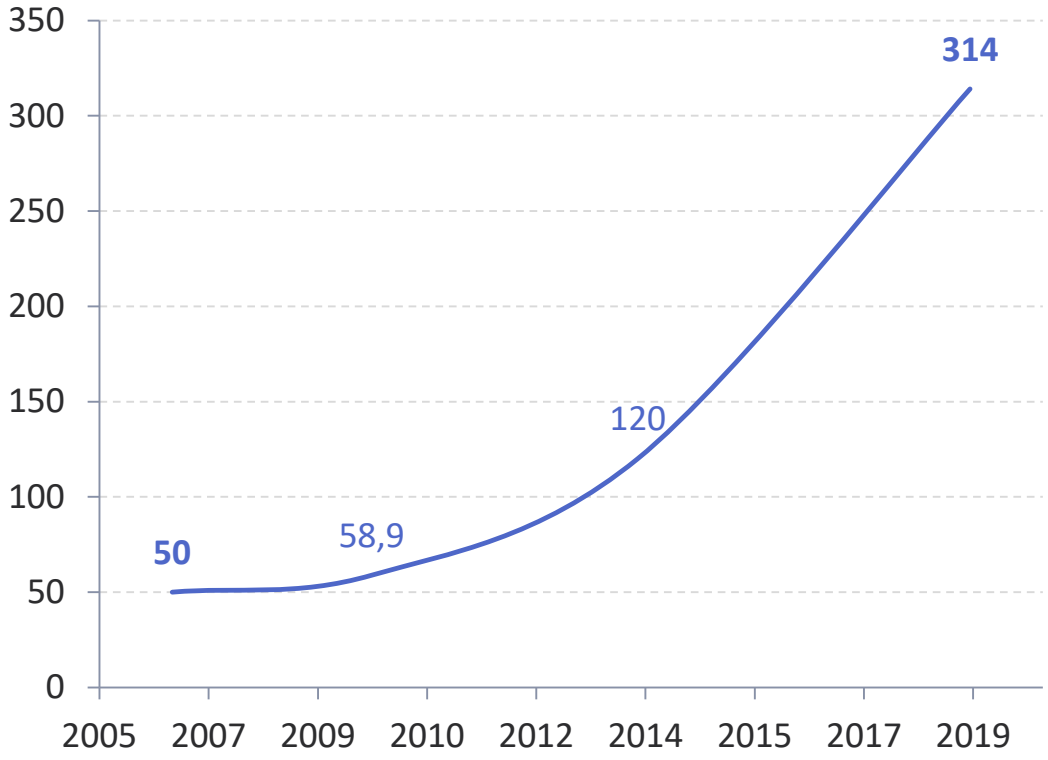
*Rzeczywiście **należy unikać zbyt tłustych potraw**, mącznych sosów, jedzenia zbyt dużo pieczywa czy słodyczy. **Ale takie zupełnie jałowe jedzenie też nie jest zdrowe**. Wg mnie we wszystkim trzeba zachować zdrowy rozsądek. **Nie redukowałabym jednak tak bardzo tłuszczu z diety**. **Np. mleko o zawartości 0,5% zupełnie nie przypomina w smaku mleka**. A te troszkę mleka do codziennej kawy chyba nie zaszkodzi.:)*

PRODUKTY BIO/EKO

Produkty pochodzące z ekologicznych upraw odnalazły stałe, choć dodatkowe miejsce w koszyku zakupów spożywczych w Polsce. Spadająca liczba producentów przy wzrastającej wartości sprzedaży detalicznej może podpowiadać, że żywność ekologiczna w Polsce to raczej produkt typu premium.

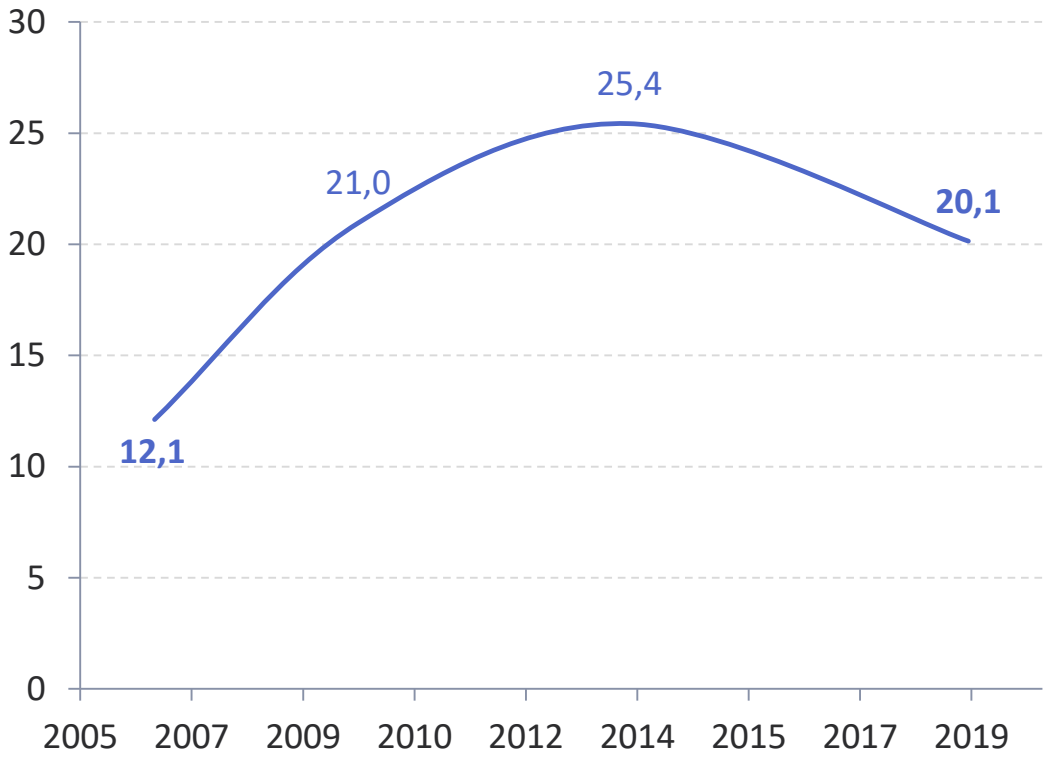
WARTOŚĆ SPRZEDAŻY DETALICZNEJ PRODUKTÓW ORGANICZNYCH

[w milionach EUR]



LICZBA PRODUCENTÓW EKOLOGICZNYCH

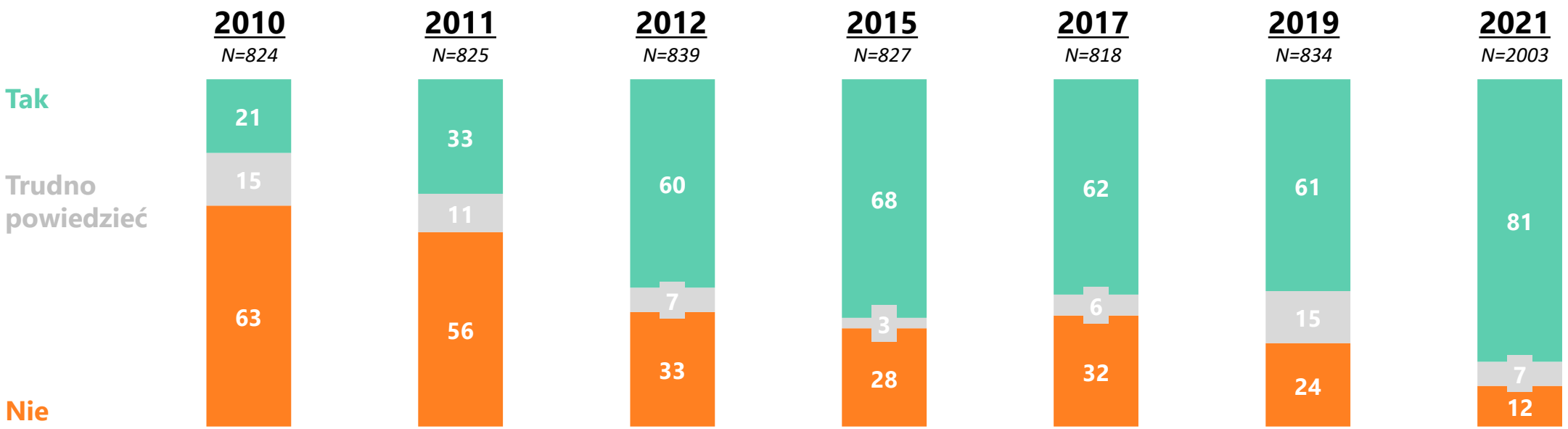
[w tysiącach]



Dane: *CBOS - w %. liczba producentów, wartość sprzedaży w mln EUR*
Baza*: wszyscy respondenci, badanie „Aktualne problemy i wydarzenia" (290) przeprowadzono metodą wywiadów bezpośrednich (face-to-face) wspomaganych komputerowo (CAPI) w dniach 3–9 lipca 2014 roku na liczącej 943 osoby reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski, Raport Inspekcji Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych, Raport o stanie rolnictwa ekologicznego w Polsce w latach 2017–2018 oraz Raporty FiBL&IFOAM - Organics International (2009, 2012, 2016, 2021): The World of Organic Agriculture*

Znajomość produktów BIO/EKO zdecydowanie wzrosła w ostatnich latach…

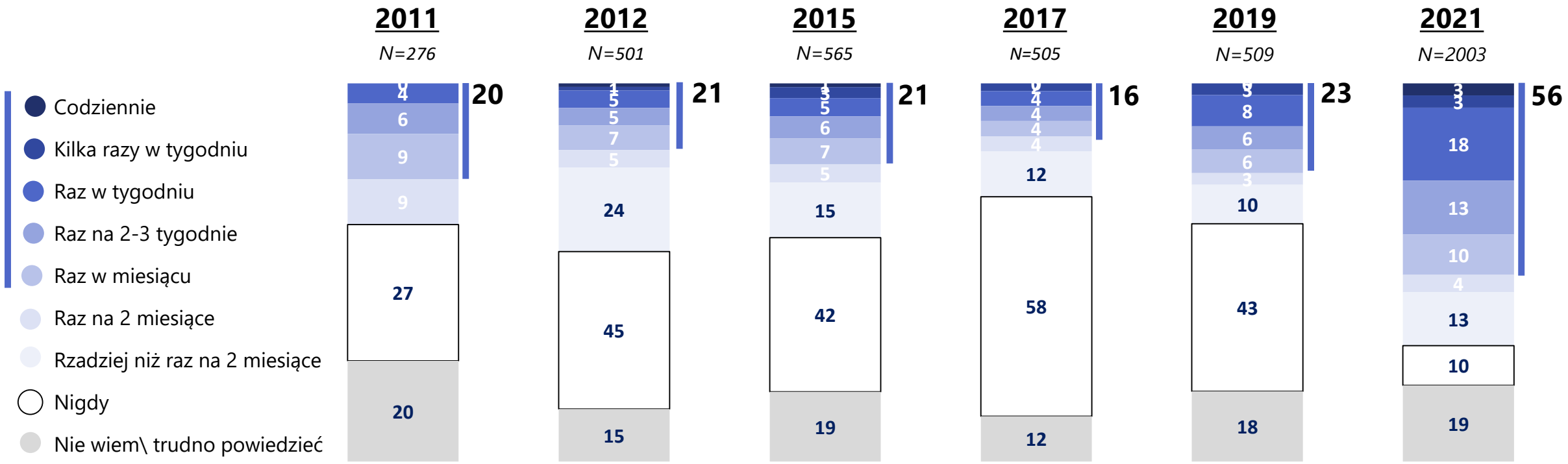
ZNAJOMOŚĆ PRODUKTÓW BIO/EKO



Dane: *w %*
Pyt.: *15.1. Czy słyszał(a) Pan(i) kiedykolwiek o żywności produkowanej w sposób ekologiczny, produktach spożywczych BIO / EKO? B15.3. Jak często kupuje Pan(i) takie produkty?; D6a. Czy słyszał(a) Pan(i) kiedykolwiek o żywności produkowanej w sposób ekologiczny, produktach spożywczych BIO/EKO?*
Baza*: wszyscy respondenci, Raport syndykatowy Ipsos 'Trendy w zwyczajach żywieniowych' 2019, Badanie odbyło się w domach respondentów i zostało zrealizowane przy użyciu komputerów (CAPI). Realizacja badania: Druga połowa lipca 2019. Próba: Ogólnopolska próba reprezentatywna (ze względu na: płeć, wiek, wykształcenie, region i wielkość miejscowości), osoby w wieku 15 lat i więcej, N=834; Ipsos dla Jerónimo Martins 2021. Próba reprezentatywna Polakow, N=2003*

Produkty z tej kategorii nadal jednak regularnie kupuje niewielki odsetek Polaków.

CZĘSTOTLIWOŚĆ KUPOWANIA PRODUKTÓW BIO/EKO



Dane: *w %*
Pyt.: *15.1. Czy słyszał(a) Pan(i) kiedykolwiek o żywności produkowanej w sposób ekologiczny, produktach spożywczych BIO / EKO? B15.3. Jak często kupuje Pan(i) takie produkty?; D7a. Jak często kupuje Pan(i) produkty BIO/EKO?*
Baza*: wszyscy respondenci, Raport syndykatowy Ipsos 'Trendy w zwyczajach żywieniowych' 2019, Badanie odbyło się w domach respondentów i zostało zrealizowane przy użyciu komputerów (CAPI). Realizacja badania: Druga połowa lipca 2019. Próba: Ogólnopolska próba reprezentatywna (ze względu na: płeć, wiek, wykształcenie, region i wielkość miejscowości), osoby w wieku 15 lat i więcej, N=834; Ipsos dla Jerónimo Martins 2021. Próba reprezentatywna Polakow, N=2003*

Są drogie, dlatego kupuje się je raczej na promocjach kiedy mają cenę zbliżoną do standardowych produktów. Niektórzy nie wierzą, że faktycznie różnią się od nie-bio/eko

Produkty BIO/EKO teoretycznie odpowiadają na obecne potrzeby konsumentów – jako żywność bardziej naturalna i wyższej jakości.

ALE w praktyce:

- **Są droższe** (często znacznie) od pozostałej żywności i **różnica w cenie nie jest wystarczająco wiarygodna**
- Te, które trafiają do sieci **pochodzą z masowych produkcji,** więc konsumenci oczekują, że muszą być czymś zasilane (bo inaczej nie udałoby się ich wyprodukować w takiej ilości)
- **Konsumenci tak naprawdę nie widzą tu wartości dodanej** (bo często w smaku czy wyglądzie nie ma różnicy)

Czasem konsumenci jako produkty BIO/ ECO postrzegają też po prostu warzywa i owoce kupione na lokalnym targu; a te kupuje się chętnie! (tym bardziej, że cena nie jest już tak drastycznie wyższa, jak eko owoców i warzyw w sieciach handlowych, a jednocześnie: targ jest bardziej wiarygodny, jeśli chodzi o sprzedawanie tego typu produktów tzn. naturalnych, mniej nawożonych, „prosto z pola").

***Jeśli cena jest porównywalna bądź niewiele wyższa niż produktu zwykłego to wybiorę eko**. Lub na promocji. Ale podchodzę do tego z rezerwą, bo **słyszałam, że to eko wcale nie jest niestety uprawiane ekologicznie** i rolnicy oszukują, bo byłoby to nieopłacalne*

*Raczej nie kupuję produktów bio, bo to produkty **drogie**. Kolejna rzecz to informacja że jest bio a wcale nie jest. Wiem że **część firm produkcyjnych kupuje sobie certyfikaty dla lepszej sprzedaży***

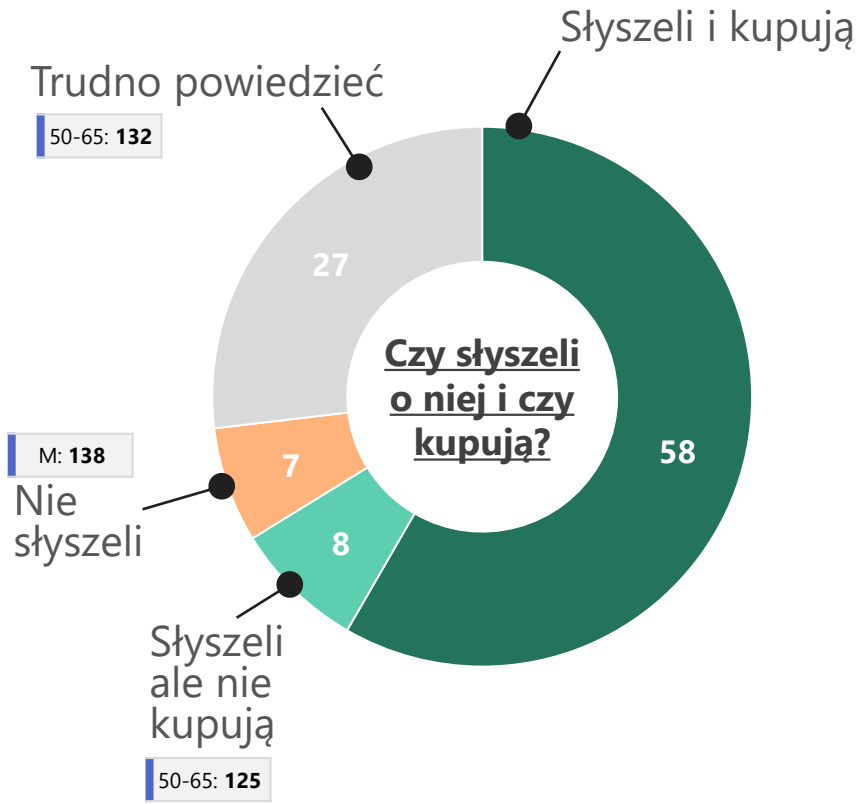
*Nie przykładam do tego wagi, bo **produkty BIO zwykle są droższe***

*Unikam kupowania takich produktów, **wyciąganie pieniędzy** od ludzi bo cena jest wyższa i składem się nie różnią.*

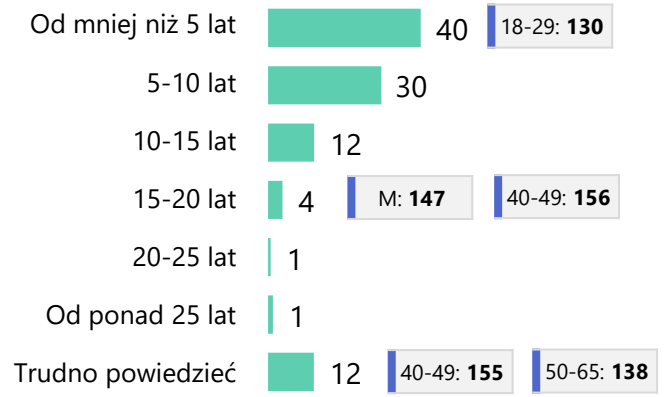
***Nie mam zaufania do produktów tak oznaczonych.** Korzystam z produktów ekologicznych, ale **muszę znać miejsce**, w których są produkowane. Najlepiej jeśli to jest pole moich rodziców. **Jeśli w grę wchodzi masowa produkcja to nie ma mowy o ekologii czy produktach bez konserwantów czy nawozów**.*

Kupowanie żywności bio/eko przynajmniej od czasu do czasu zgłasza 58% Polaków. Wielu z nich zaczęło to robić w ciągu ostatnich pięciu lat.

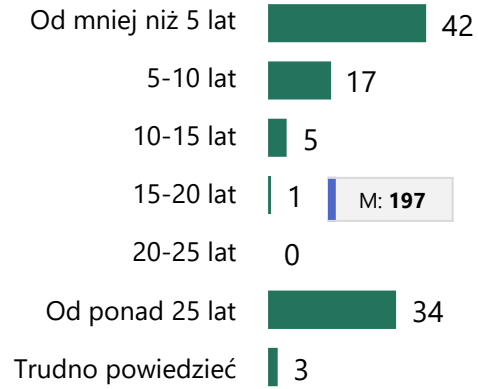
ŻYWNOŚĆ BIO/EKO – ŚWIADOMOŚĆ I KUPOWANIE



ŚWIADOMOŚĆ – OD KIEDY?



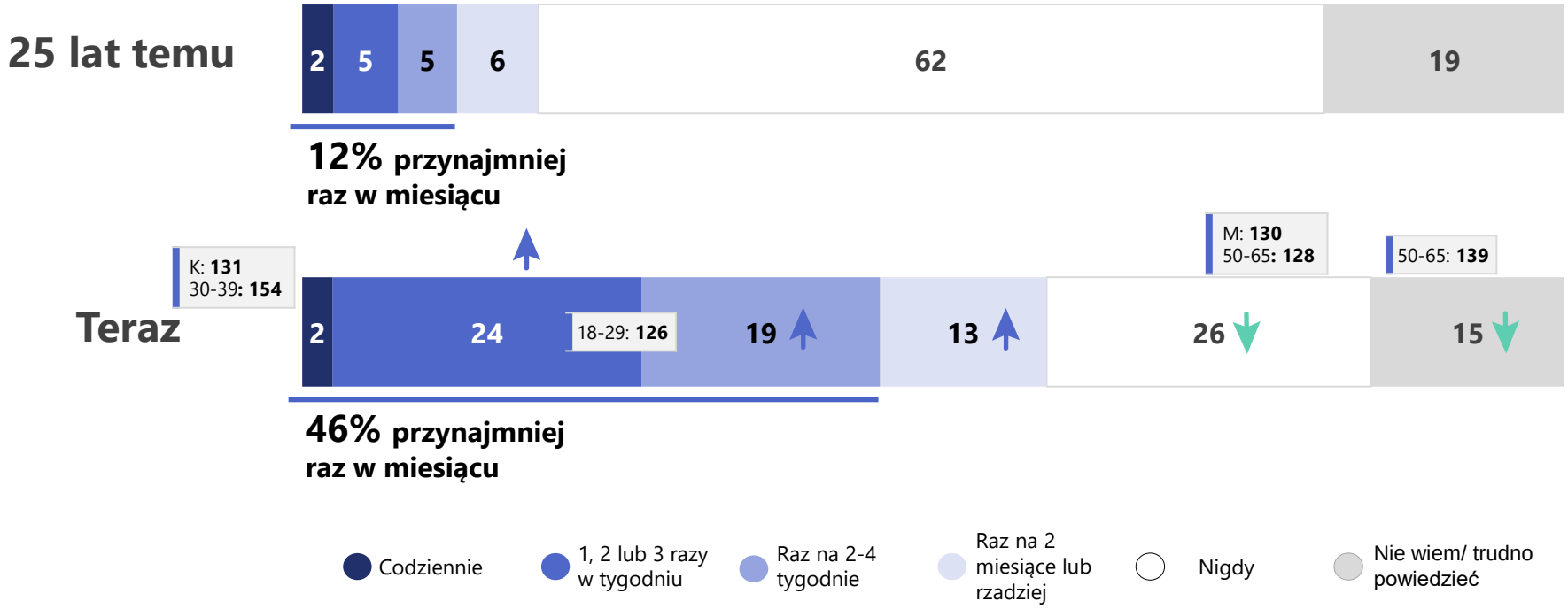
KUPOWANIE – OD KIEDY?



Dane:
Pyt.: *D6a. Czy słyszał(a) Pan(i) kiedykolwiek o żywności produkowanej w sposób ekologiczny, produktach spożywczych BIO/EKO? D7a. Jak często kupuje Pan(i) produkty BIO/EKO? D6c. Kiedy, w przybliżeniu, po raz pierwszy usłyszał(a) Pan(i) o żywności produkowanej w sposób ekologiczny, produktach spożywczych BIO/EKO? D7c. Kiedy, w przybliżeniu, zaczął/zaczęła Pan(i) kupować produkty BIO/EKO co najmniej raz w miesiącu?*
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003; Osoby, które słyszały o żywności BIO/EKO N=1647; Osoby, które kupują produkty BIO/EKO przynajmniej raz w miesiącu: N=574*

Kategoria zdecydowanie zyskała na popularności na przestrzeni ćwierćwiecza

ŻYWNOŚĆ BIO/EKO – CZĘSTOTLIWOŚĆ ZAKUPU

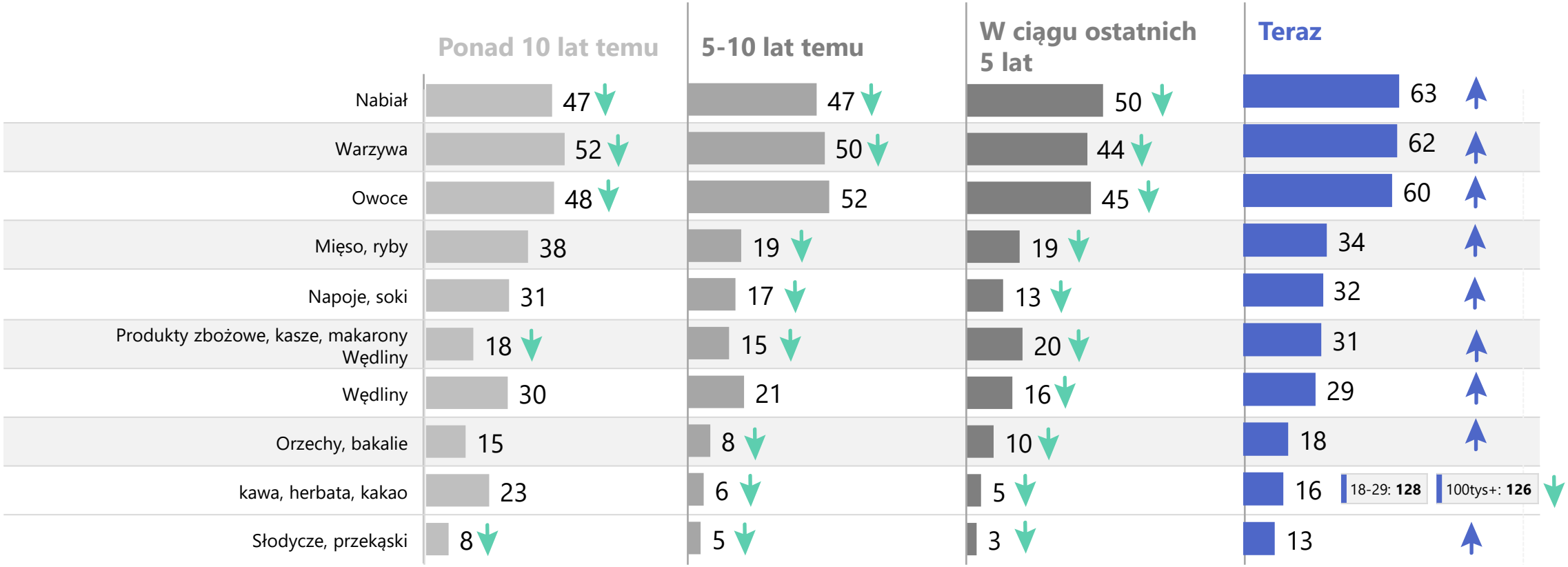


Dane:
Pyt.: *D7a. Jak często kupuje Pan(i) produkty BIO/EKO? D7b. Jak często kupował/a Pan(i) / kupowało się produkty BIO/EKO 25 lat temu?*
Baza: *Osoby, które słyszały o produktach BIO/EKO: N= 1647, Osoby, które słyszały o produktach BIO/EKO i są w wieku >30 lat: n=1256*

Wartość istotnie wyższa/niższa niż 25 lat temu (przedział ufności 95%)

Najczęściej kupowane są ekologiczne warzywa i owoce oraz nabiał

KUPOWANE PRODUKTY BIO/EKO

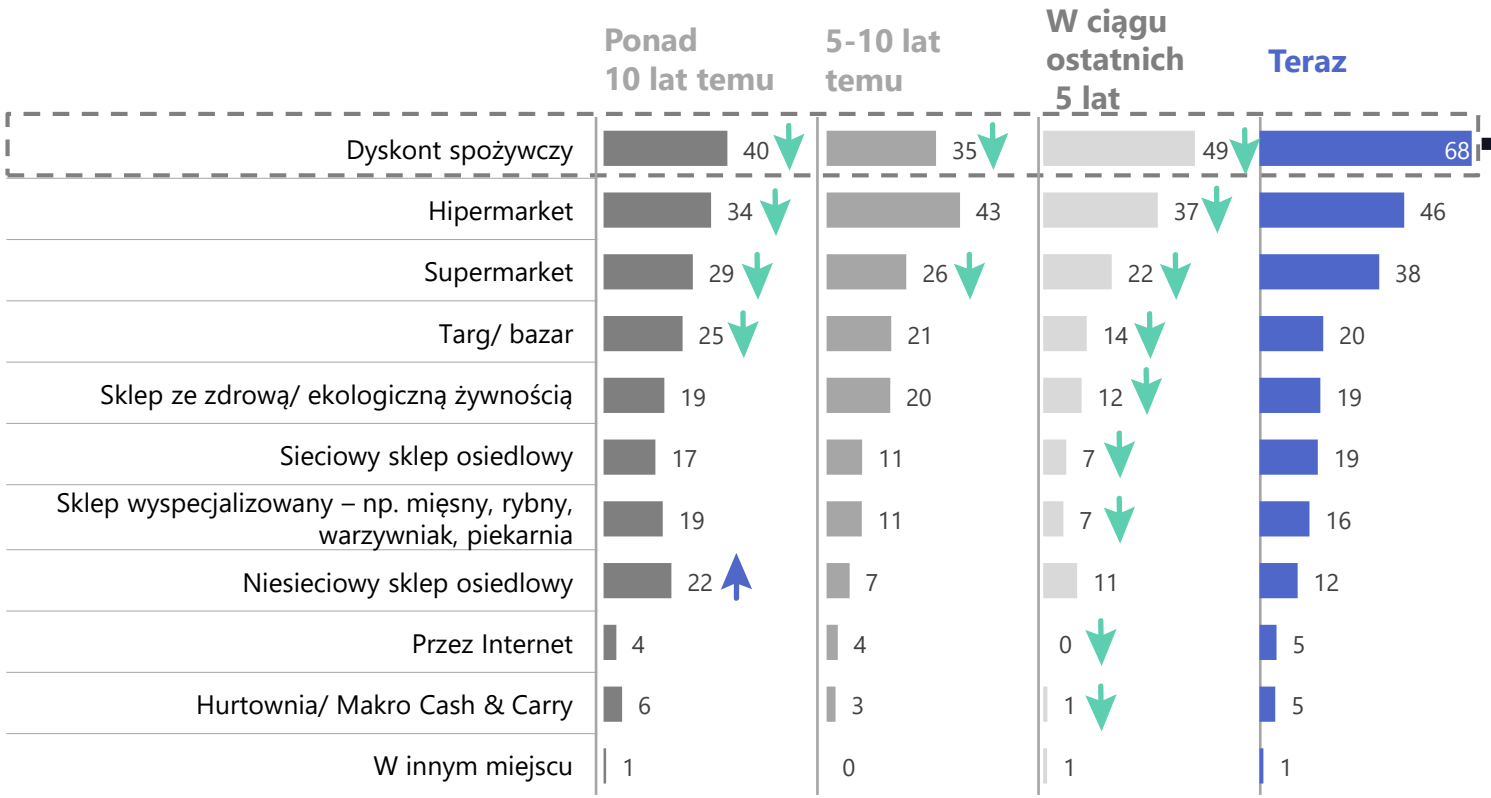


Dane:
Pyt.: *D8a Jakiego rodzaju produkty BIO/EKO Pan(i) kupuje? D8c. Proszę pomyśleć o czasie, kiedy zaczął/zaczęła Pan(i) kupować produkty BIO/EKO. Jakiego rodzaju produkty BIO/EKO Pan(i) wtedy kupował(a)?*
Baza*: Osoby, które kupują produkty BIO/EKO, N=941; Osoby, które zaczęły kupować produkty BIO/EKO w ciągu ostatnich 5 lat, N=238; 5-10 lat temu, N=97; Ponad 10 lat temu, N=226*

Wartość istotnie wyższa/niższa niż teraz (przedział ufności 95%)

Dyskonty, w tym przede wszystkim Biedronka, to główne miejsce zakupu produktów bio/ eko. Lidl zajmuje drugie miejsce, ale jego udział rośnie

MIEJSCE ZAKUPU PRODUKTÓW BIO/EKO



	Ponad 10 lat temu	5-10 lat temu	W ciągu ostatnich 5 lat	Teraz
Biedronka	84%	73%	76%	82%
Lidl	45%	48%	52%	64%
Kaufland	26%	20%	23%	33%
Netto	19%	18%	7%	18%
Aldi	9%	6%	4%	9%
Inny	2%	0%	2%	2%

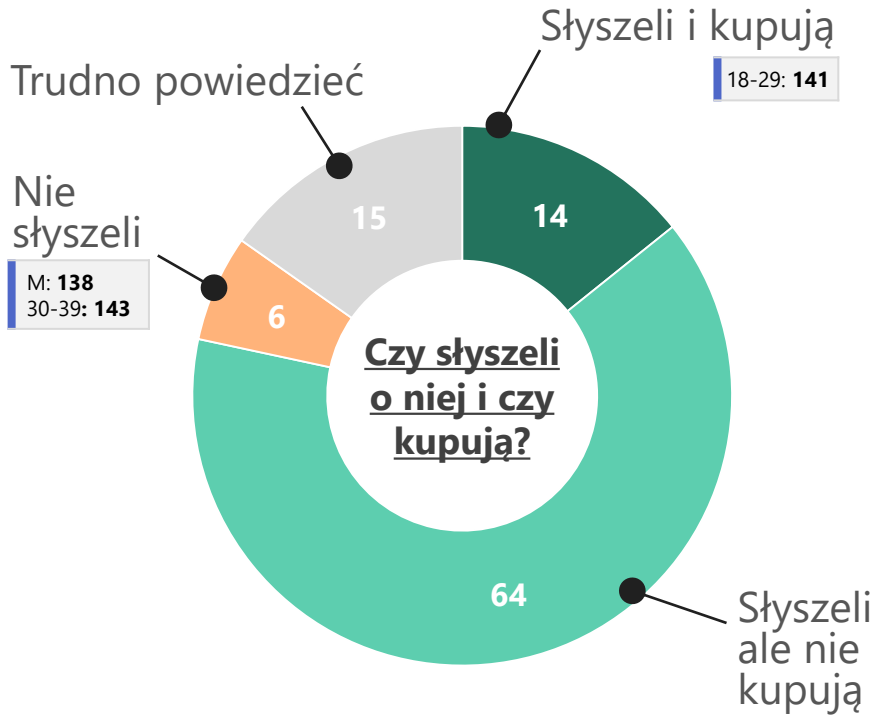
Dane:
Pyt.: *D80a. Gdzie kupuje Pan(i) produkty BIO/EKO? D81a. W którym z dyskontów kupuje Pan(i) produkty BIO/EKO? D80c. Proszę pomyśleć o czasie, kiedy zaczął/zaczęła Pan(i) kupować produkty BIO/EKO. Gdzie kupował/a Pan(i) wtedy produkty BIO/EKO? D81c. W którym z dyskontów kupował(a) Pan(i) wtedy produkty BIO/EKO?*
Baza*: Osoby, które kupują produkty BIO/EKO, N=941, Osoby, które zaczęły kupować produkty BIO/EKO… w ciągu ostatnich 5 lat, N=238; 5-10 lat temu, N=97; Ponad 10 lat temu, N=226*
Osoby, które kupują produkty BIO/EKO w dyskontach, N=645, Osoby, które zaczęły kupować produkty BIO/EKO w dyskontach… w ciągu ostatnich 5 lat, N=118; 5-10 lat temu, N=35; Ponad 10 lat temu, N=89

Wartość istotnie wyższa/niższa niż teraz (przedział ufności 95%)

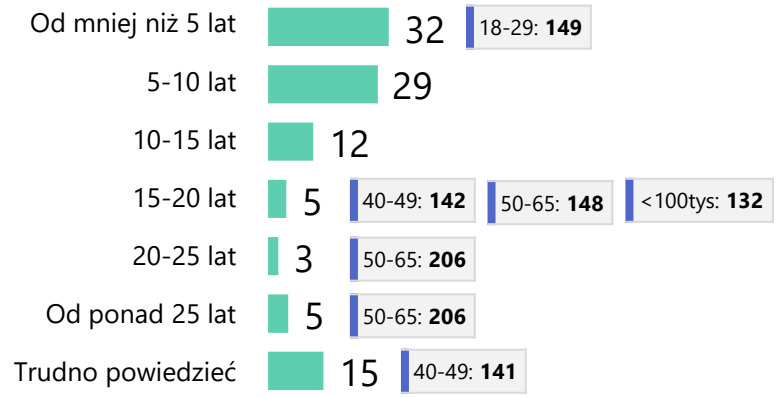
PRODUKTY BEZGLUTENOWE

14% Polaków kupuje żywność bezglutenową

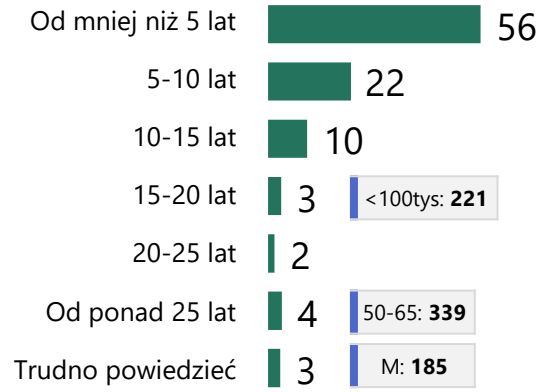
ŻYWNOŚĆ BEZGLUTENOWA – ŚWIADOMOŚĆ I KUPOWANIE



ŚWIADOMOŚĆ – OD KIEDY?



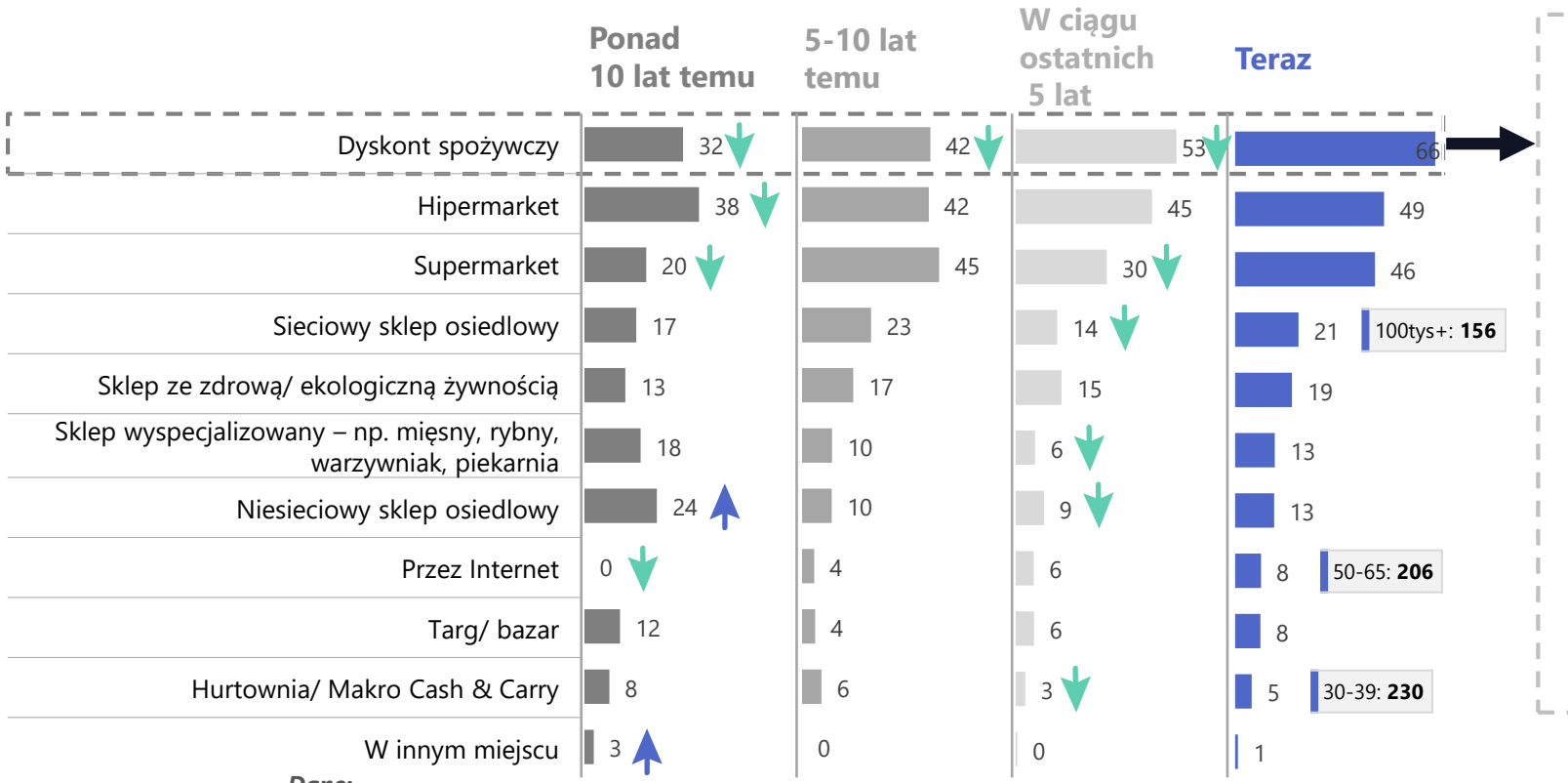
KUPOWANIE – OD KIEDY?



Dane:
Pyt.: *D10a. Czy słyszał(a) Pan(i) o żywności bezglutenowej? D10C. Kiedy, w przybliżeniu, po raz pierwszy usłyszał(a) Pan(i) o żywności bezglutenowej? D11a. Czy kupuje Pan(i) żywność bezglutenową? D11c. Kiedy, w przybliżeniu, zaczął/zaczęła Pan(i) kupować żywność bezglutenową?*
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003; Osoby, które słyszały o żywności bezglutenowej N=1733; Osoby, które kupują żywność bezglutenową N=303*

Głównym miejscem zakupu żywności bezglutenowej są dyskonty – przede wszystkim Biedronka

MIEJSCE ZAKUPU ŻYWNOŚCI BEZGLUTENOWEJ



	Ponad 10 lat temu	5-10 lat temu	W ciągu ostatnich 5 lat	Teraz
Biedronka	57%	87%	79%	78%
Lidl	52%	54%	58%	64%
Kaufland	9%	28%	33%	33%
Netto	52%	25%	17%	26%
Aldi	0%	11%	10%	11%
Inny	0%	6%	2%	3%
	Small base			30-39: **273**

<100tys: **135**

Dane:

Pyt.: *D110a. Gdzie kupuje Pan(i) żywność bezglutenową? D111a. W którym z dyskontów kupuje Pan(i) żywność bezglutenową? D110C. Proszę pomyśleć o czasie, kiedy zaczął/zaczęła Pan(i) kupować żywność bezglutenową. Gdzie kupował/a Pan(i) wtedy żywność bezglutenową? D111C. W którym z dyskontów kupował(a) Pan(i) wtedy żywność bezglutenową?*

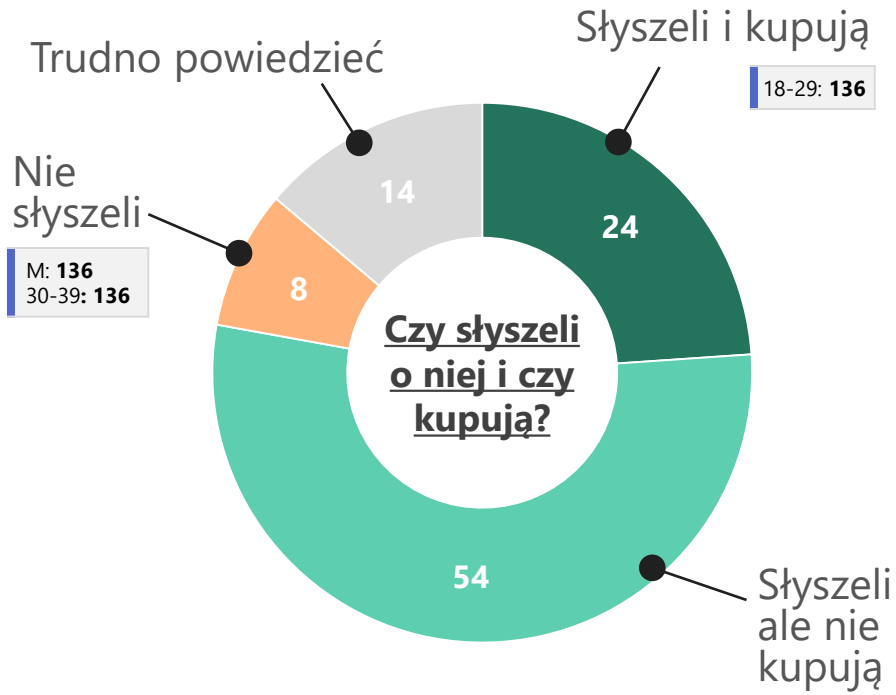
Baza*: Osoby, które kupują żywność bezglutenową, N=303, Osoby, które zaczęły kupować żywność bezglutenową… w ciągu ostatnich 5 lat, N=172; 5-10 lat temu, N=64; Ponad 10 lat temu, N=58; Osoby, które kupują żywność bezglutenową w dyskontach, N=202, Osoby, które zaczęły kupować żywność bezglutenową w dyskontach… w ciągu ostatnich 5 lat, N=92; 5-10 lat temu, N=27; Ponad 10 lat temu, N=20*

Wartość istotnie wyższa/niższa niż teraz (przedział ufności 95%)

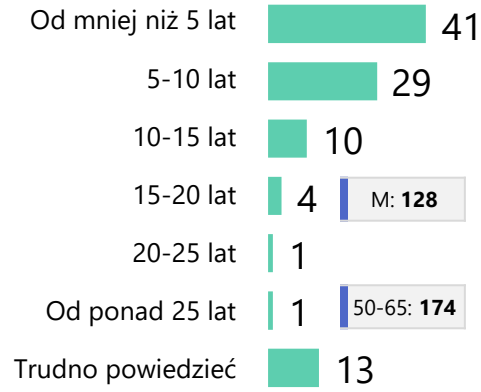
PRODUKTY BEZ LAKTOZY

Czterech na pięciu Polaków słyszało o żywności bez laktozy – świadomość mocno urosła w ostatnich pięciu latach. Co czwartemu zdarza się kupować takie produkty

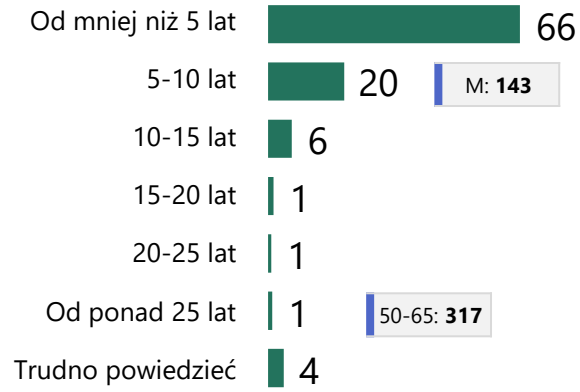
ŻYWNOŚĆ BEZ LAKTOZY – ŚWIADOMOŚĆ I KUPOWANIE



ŚWIADOMOŚĆ – OD KIEDY?



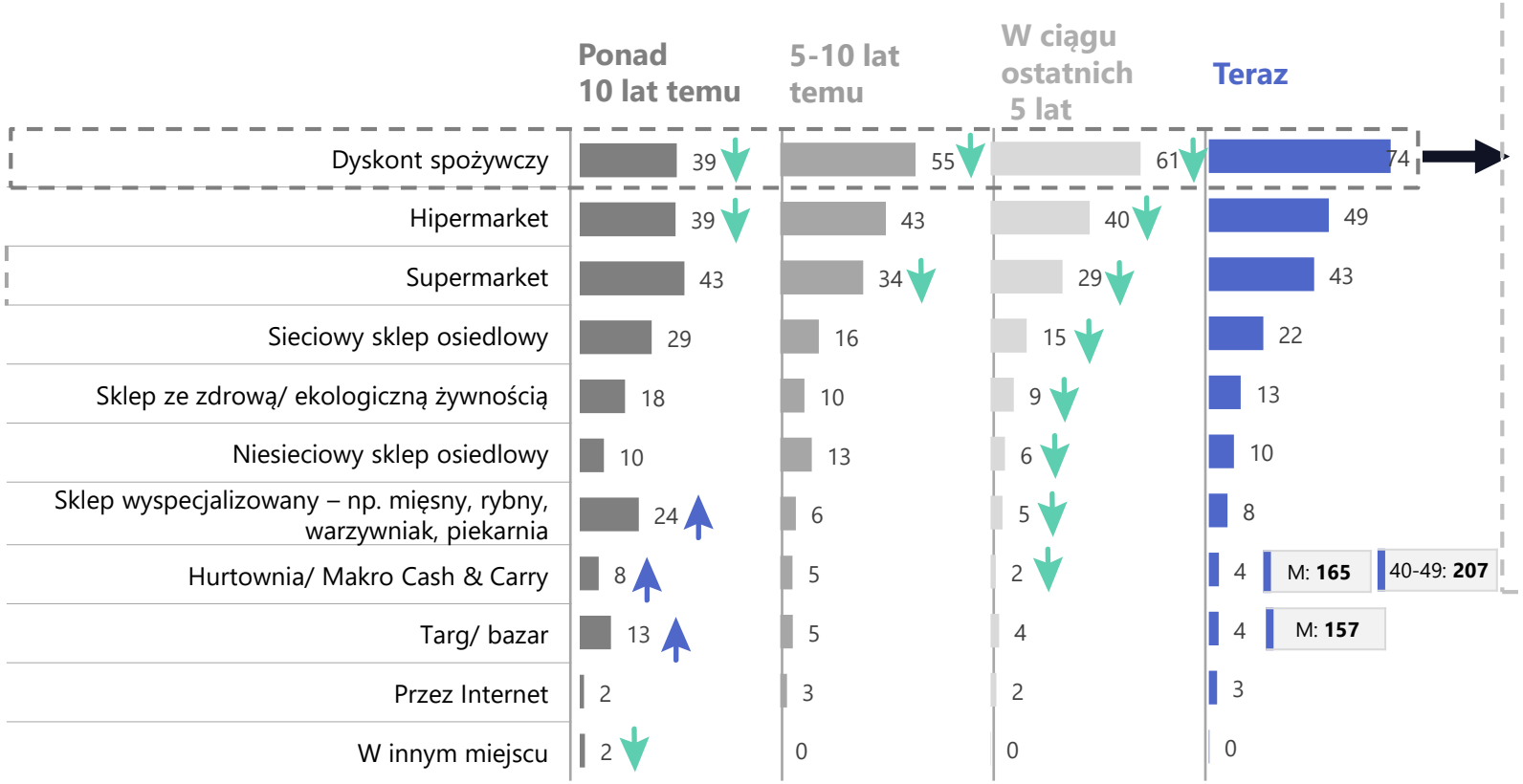
KUPOWANIE – OD KIEDY?



Dane:
Pyt.: *D12a. Czy słyszał(a) Pan(i) o żywności niezawierającej laktozy? D12c. Kiedy, w przybliżeniu, po raz pierwszy usłyszał(a) Pan(i) o żywności niezawierającej laktozy? D13a. Czy kupuje Pan(i) żywność niezawierającą laktozy? D13c. Kiedy, w przybliżeniu, zaczął/zaczęła Pan(i) kupować żywność niezawierającą laktozy?*
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003; Osoby, które słyszały o żywności niezawierającej laktozy N=1684; Osoby, które kupują żywność niezawierającą laktozy N=506*

Głównym miejscem zakupu produktów bez laktozy są dyskonty – przede wszystkim Biedronka

MIEJSCE ZAKUPU ŻYWNOŚCI BEZ LAKTOZY



	Ponad 10 lat temu	5-10 lat temu	W ciągu ostatnich 5 lat	Teraz
Biedronka	92%	83%	84%	86%
Lidl	64%	54%	49% ↓	58%
Kaufland	18%	25%	26% ↓	34%
Netto	19%	12%	8% ↓	17%
Aldi	5%	9%	6% ↓	9%
Inny	4%	0%	1%	2%

Small base

30-39: **176**

Dane:
Pyt.: *D130a. Gdzie kupuje Pan(i) żywność niezawierającą laktozy? D131a. W którym z dyskontów kupuje Pan(i) żywność niezawierającą laktozy? D130c. Proszę pomyśleć o czasie, kiedy zaczął/zaczęła Pan(i) kupować żywność niezawierającą laktozy. Gdzie kupował/a Pan(i) wtedy żywność niezawierającą laktozy? D131c. W którym z dyskontów kupował(a) Pan(i) wtedy żywność niezawierającą laktozy?*
Baza*: Osoby, które kupują żywność niezawierającą laktozy, N=506, Osoby, które zaczęły kupować żywność niezawierającą laktozy… w ciągu ostatnich 5 lat, N=339; 5-10 lat temu, N=101; Ponad 10 lat temu, N=46. Osoby, które kupują żywność bez laktozy w dyskontach, N=380, Osoby, które zaczęły kupować żywność bez laktozy w dyskontach… w ciągu ostatnich 5 lat, N=210; 5-10 lat temu, N=56; Ponad 10 lat temu, N=19*

↑↓ Wartość istotnie wyższa/niższa niż teraz (przedział ufności 95%)

Konsumenci podchodzą do tego tematu podobnie: diety „bez” są dla osób z alergiami pokarmowymi albo nietolerancją na pewne składniki, nie dla wszystkich

Dość powszechne jest **przekonanie o tym, że dieta powinna być zróżnicowana, bogata w różne składniki odżywcze**.

Z tego powodu **patrzy się na diety „bez”** (laktozy, glutenu…) **jako**:

- **Uzasadnione w przypadku problemów zdrowotnych**; ale wówczas: dobrze jest wiedzieć, jak inaczej uzupełnić różne składniki odżywcze, które zostały przez dietę wyeliminowane (konsultacja z lekarzem, dietetykiem…)
- **Niezdrowe, jeśli wynikają tylko i wyłącznie z mody, czyjegoś widzimisię** (bo dieta powinna zbilansowana).

*Jeśli ktoś wyklucza coś z przyczyn zdrowotnych, to nie ma problemu**. Śmieszy mnie natomiast unikanie glutenu u osób zdrowych.***

*Jeśli diety te są dobrze zbilansowane, to mogą zapewnić stuprocentową sprawność i dobrobyt organizmu, tylko **ważne, żeby dbać o to i uzupełniać braki, które mogą wystąpić na takich dietach w zdrowy sposób, najlepiej konsultując się z lekarzem**.*

*Jeśli **diety wynikają wyłącznie z ulegania modom, mam do nich negatywny stosunek**. Organizm bowiem powinien otrzymywać **zróżnicowaną dietę**.*
Jeśli jednak istnieją przesłanki zdrowotne, to jest to dla mnie zrozumiałe.

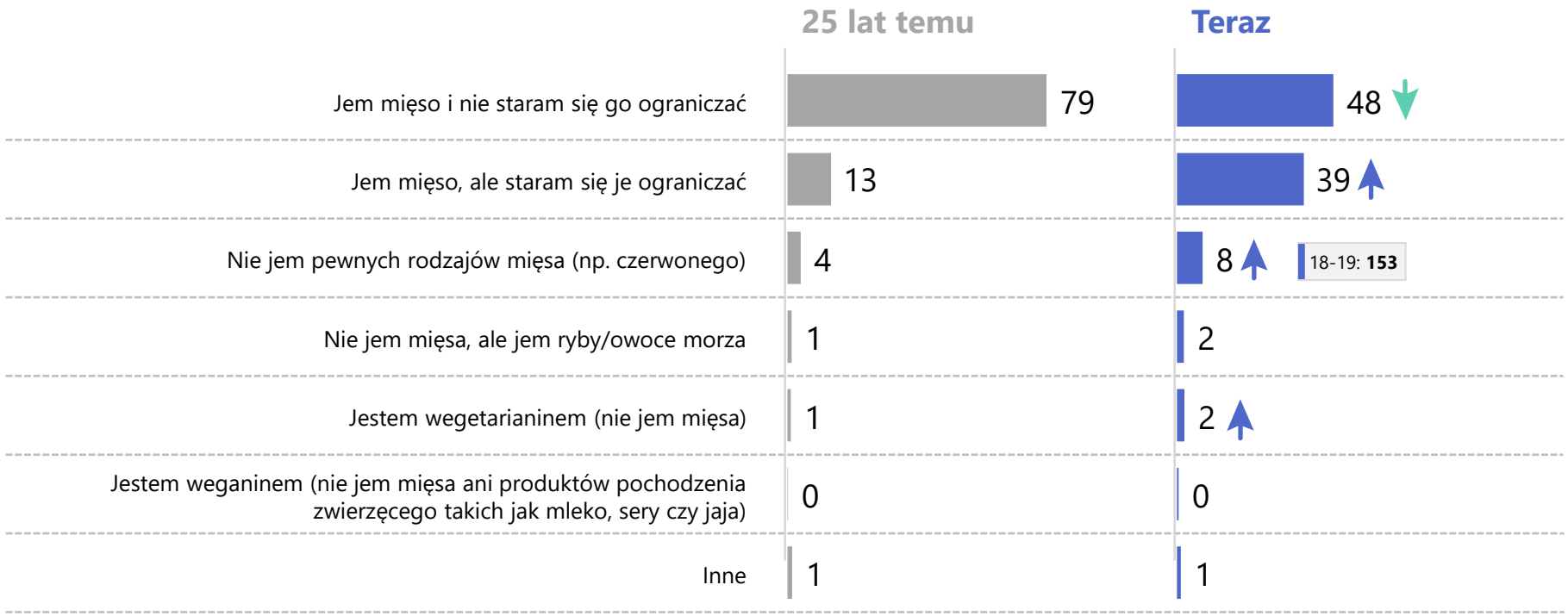
***Zdrowe podejście, to umiejętność nie popadania w skrajności.** Wykluczanie czegoś z diety powinno być uargumentowane np. niestrawnością po spożyciu.*

***Sądzę, że diety "bez" są dobre dla osób z problemami zdrowotnymi**. Sama **nie trawię laktozy, syn też, ale reszta rodziny tak, więc mleka są zawsze dwa w lodówce**.*

PRODUKTY WEGE

Jak wskazuje Główny Urząd Statystyczny, w 2019 r. przeciętne spożycie mięsa na jedną osobę wyniosło 61,0 kg wobec 62,4 kg w 2018 r. Spożywamy więc dużo mięsa, chociaż jednocześnie znacząca część Polaków deklaruje, że stara się je ograniczać. Nawet jeśli te deklaracje są nieco na wyrost, to pokazują stopniowe zmiany w świadomości – 25 lat temu mało kto myślał o tym, by ograniczać jedzenie mięsa

STOSUNEK DO SPOŻYWANIA MIĘSA – 25 LAT TEMU I TERAZ

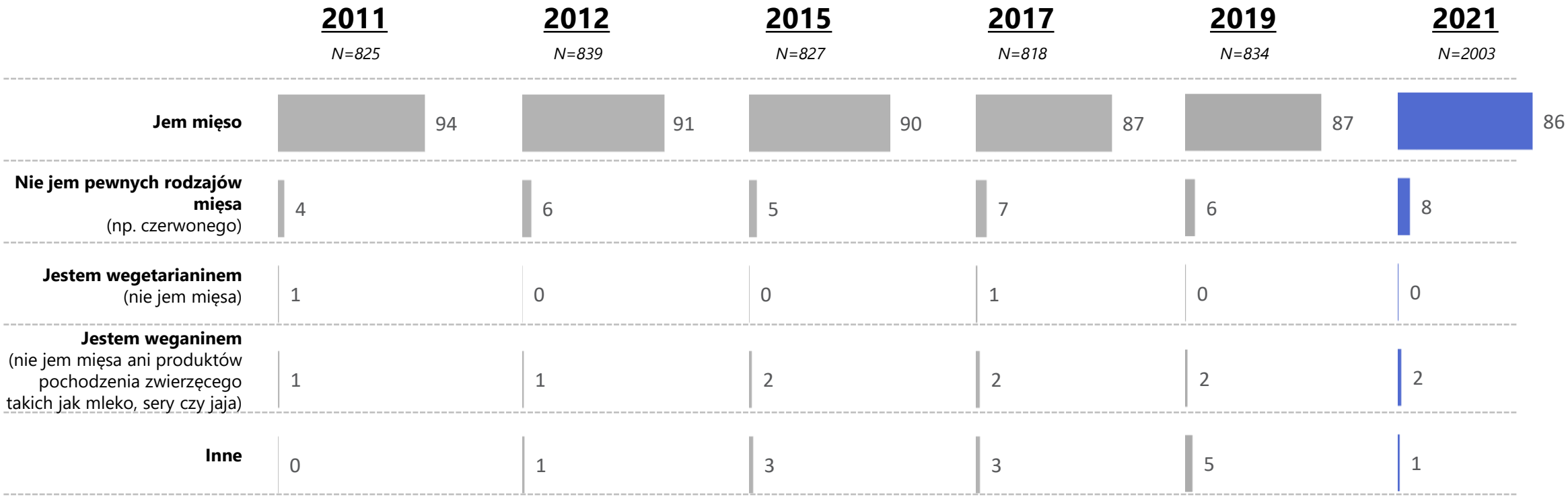


Dane: *w %*
Pyt.: *D17a. Które z określeń najlepiej opisuje Pana(i) stosunek do jedzenia mięsa? D17b. Które z określeń najlepiej opisuje stosunek do jedzenia mięsa 25 lat temu Pana/i i w Pana/i gospodarstwie domowym?*
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003, Respondenci w wieku >30 lat: N=1545.*
Źródło: GUS.

Wartość istotnie wyższa/niższa niż 25 lat temu (przedział ufności 95%)

Od 2011 roku liczba wegetarian i wegan plasuje się na tym samym poziomie, ok: 2%. Aczkolwiek, rośnie nieznacznie liczba osób, które deklarują, że nie jedzą pewnych rodzajów mięsa lub nie wpisują się w żadną z podanych definicji.

STOSUNEK DO SPOŻYWANIA MIĘSA



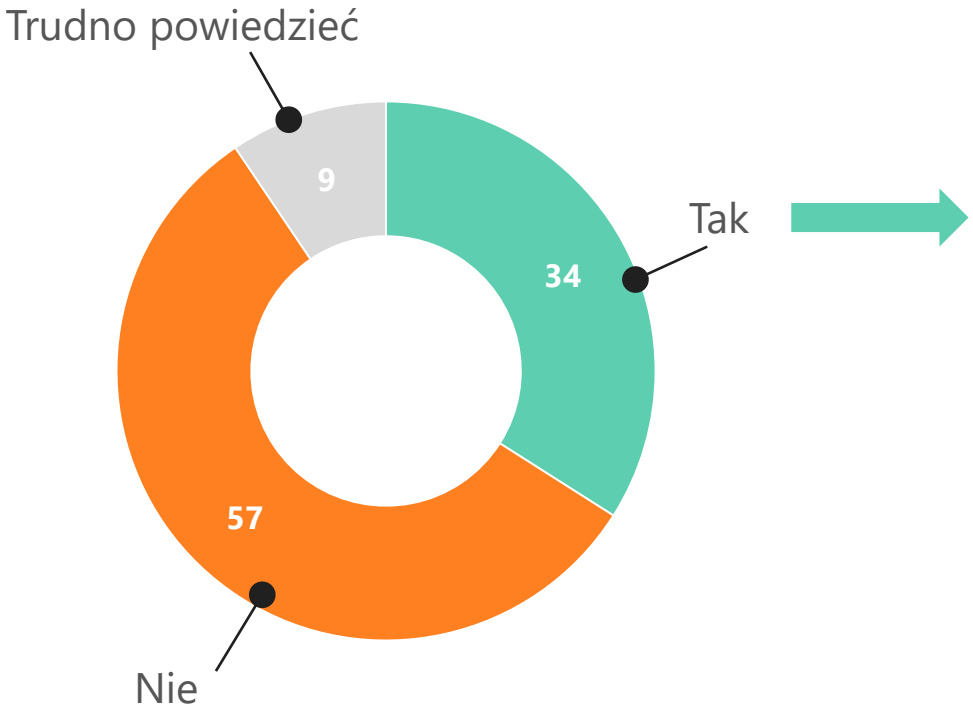
Dane: *w %*
Pyt.: *B18.1. Które z określeń najlepiej do Pana(i) pasuje, biorąc pod uwagę stosunek do jedzenia mięsa? B18.2. A które z poniższych określeń lepiej do Pana/i pasuje?; D17a. Które z określeń najlepiej opisuje Pana(i) stosunek do jedzenia mięsa?*
Baza*: wszyscy respondenci, Raport syndykatowy Ipsos 'Trendy w zwyczajach żywieniowych' 2019 n=834; Ipsos dla Jerónimo Martins 2021. Próba reprezentatywna Polakow, N=2003*

Wartość istotnie wyższa/niższa niż 25 lat temu (przedział ufności 95%)

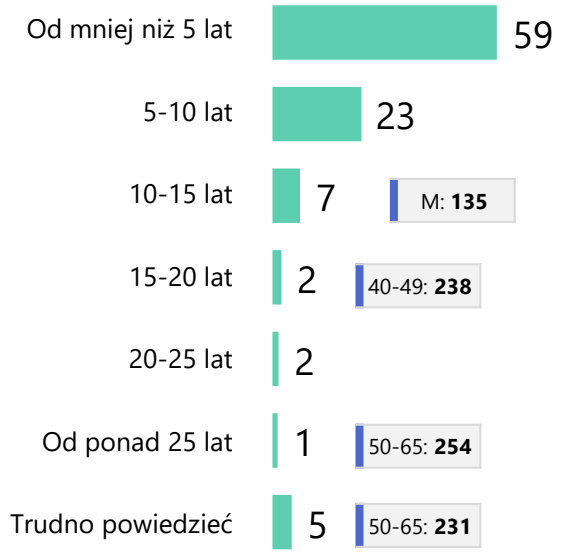
Co trzeci Polak jada produkty wege

CZY JADAMY PRODUKTY WEGE?

np. specjalne pasty, hummus, roślinne zastępniki mięsa i nabiału



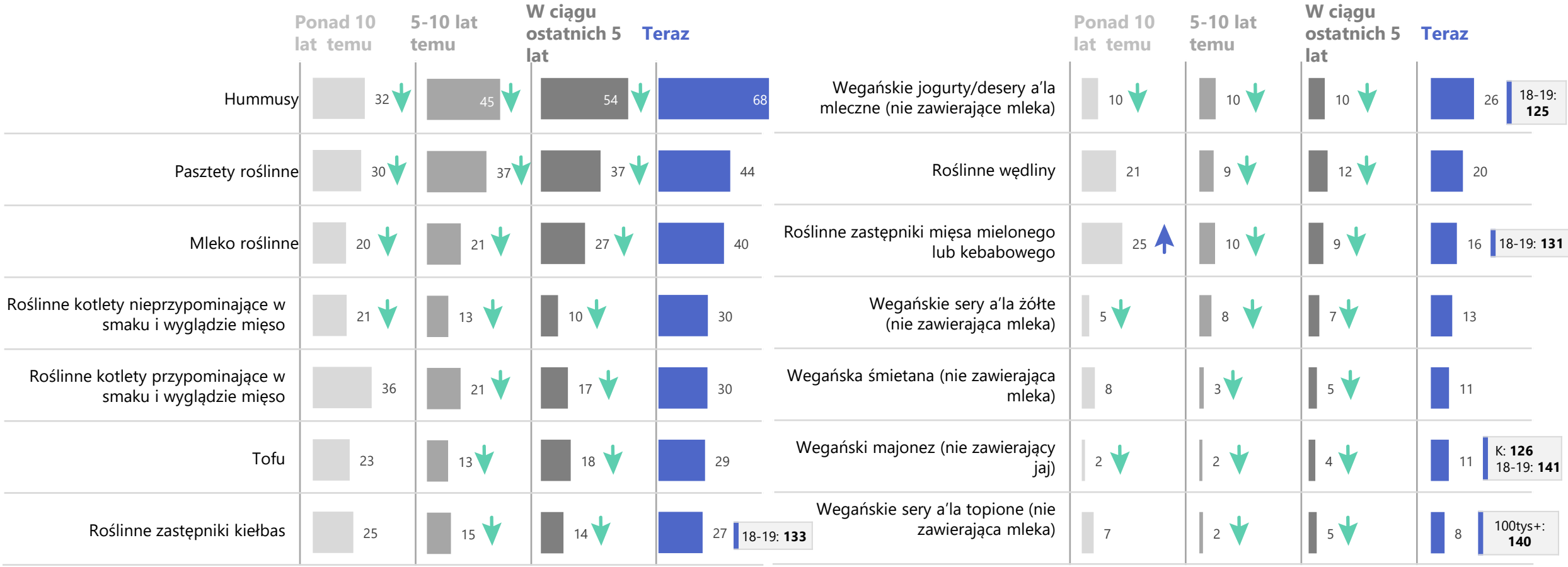
OD KIEDY?



Dane: *w %*
Pyt.: *D18a. Czy obecnie jada Pan(i) produkty wegetariańskie, wegańskie, bezmięsne (specjalne pasty, hummus, roślinne zastępniki mięsa i nabiału)? D18c. Kiedy, w przybliżeniu, zaczął/zaczęła Pan(i) jadać produkty wegetariańskie, wegańskie, bezmięsne (specjalne pasty, hummus, roślinne zastępniki mięsa i nabiału)?*
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003, Osoby, które jedzą produkty WEGE: N=714*

Na popularności zyskują wszystkie kategorie produktów wege – najpopularniejsze są hummusy, pasztety roślinne i mleko roślinne

JADANE PRODUKTY WEGE

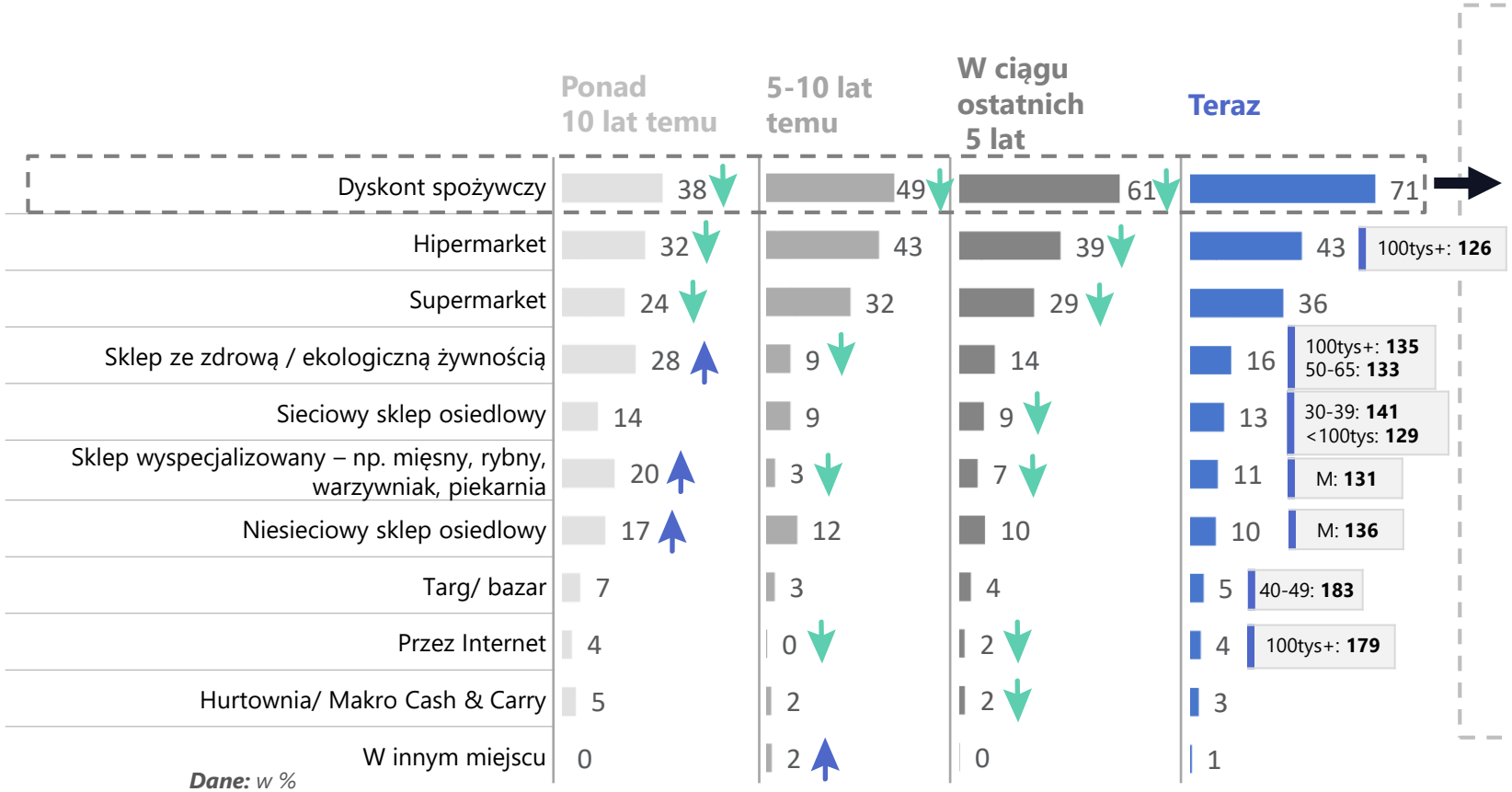


Dane: *w %*
Pyt.: *D180a Jakiego rodzaju produkty WEGE Pani/i jada? D180c. Proszę pomyśleć o czasie, kiedy zaczął/zaczęła Pan(i) jadać produkty WEGE. Jakiego rodzaju produkty WEGE Pani/i wtedy jadał/a?*
Baza*: Osoby, które jedzą produkty WEGE, N=714; Osoby, które zaczęły jeść produkty WEGE … w ciągu ostatnich 5 lat, N=425; 5-10 lat temu, N=168; Ponad 10 lat temu, N=89.*

Wartość istotnie wyższa/niższa niż teraz (przedział ufności 95%)

...A kupuje się je przede wszystkim w dyskontach

MIEJSCE ZAKUPU PRODUKTÓW WEGE



Dane: *w %*

Pyt.: *D181a. Gdzie kupuje Pan(i) produkty WEGE? D182a. W którym z dyskontów kupuje Pan(i) produkty WEGE? D181c. Proszę pomyśleć o czasie, kiedy zaczął/zaczęła Pan(i) kupować produkty WEGE. Gdzie kupował/a Pan(i) wtedy produkty WEGE? D182c. W którym z dyskontów kupował(a) Pan(i) wtedy produkty WEGE?*

Baza*: Osoby, które jedzą produkty WEGE, N=714, Osoby, które zaczęły jeść produkty WEGE ... w ciągu ostatnich 5 lat, N=425; 5-10 lat temu, N=168; Ponad 10 lat temu, N=89.*

Osoby, które kupują produkty WEGE w dyskontach, N=509, Osoby, które zaczęły kupować produkty WEGE w dyskontach... w ciągu ostatnich 5 lat, N=262; 5-10 lat temu, N=84; Ponad 10 lat temu, N=34

Wartość istotnie wyższa/niższa niż teraz (przedział ufności 95%)

Błędy żywieniowe Polaków

Pomimo tego, że większość z nas ma poczucie, że dość zdrowo się odżywiamy, **eksperci zwracają uwagę na bardzo szybki wzrost otyłości i chorób dietozależnych.**

Szczególnie niepokojąca jest nadwaga i otyłość dzieci.

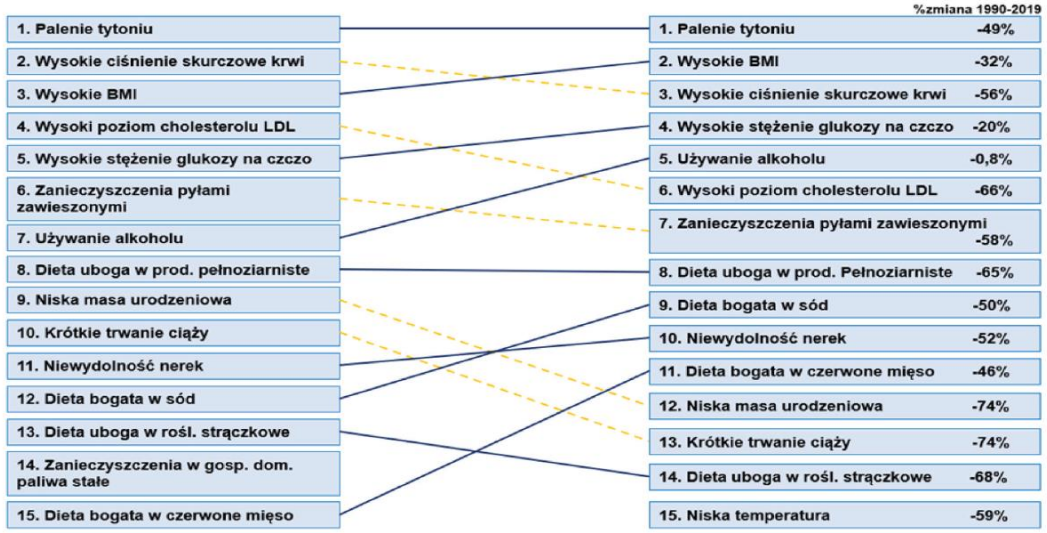
Eksperci grzmią na alarm, bo obecny styl żywienia skutkuje wysokim odsetkiem Polaków z otyłością oraz zwiększonym ryzykiem chorób dietozależnych. Trend ten przybiera na sile.

Płeć	Liczba badanych	Niedobór masy ciała BMI < 18,5	Prawidłowa masa ciała BMI 18,5-24,9	Nadwaga BMI 25,0-29,9	Otyłość BMI 30,0-39,9	Otyłość znacznego stopnia BMI 40,0 i więcej
Mężczyźni	1041	0,3	34,0	50,3	14,9	0,5
Kobiety	1044	2,1	52,1	30,7	14,8	0,4

Źródło: PZH – Sytuacja zdrowotna ludności Polski, 2020

***„Ponad 50% Polaków ma nadwagę lub otyłość** – ostatnie badania pokazują, że to odbiera 12 lat życia w zdrowiu."*
Ekspert naukowy

Wiele czynników ryzyka chorób związanych jest z niewłaściwą dietą:



Ryc. 14.5. Ranking czynników ryzyka związanych z obciążeniem chorobowym w Polsce u obu płci w latach 1990 i 2019 na podstawie standaryzowanych względem wieku wartości DALY na 100 tys. mieszkańców. Źródło: GBD Compare, GBD 2019 Study, IHME, USA: 2020

***Źródło**: Badane Eating Habits, wywiady z ekspertami, Ipsos 2021*

Źródło: PZH – Sytuacja zdrowotna ludności Polski, 2020

Zdaniem ekspertów, dieta Polaków jest obecnie różnorodna, ale nie zbilansowana

ŹLE ZBILANSOWANA DIETA:

Talerz żywieniowy – źródło: www.gov.pl

ZBYT NISKIE SPOŻYCIE WARZYW I OWOCÓW

ZBYT DUŻE SPOŻYCIE TŁUSZCZU, CUKRU I SOLI

PRODUKTY Z BIAŁEJ MĄKI ZAMIAST PEŁNOZIARNISTYCH PRODUKTÓW ZBOŻOWYCH

ZA DUŻO MIĘSA, ZA MAŁO RYB I NASION ROŚLIN STRĄCZKOWYCH

ZA MAŁO WARTOŚCIOWYCH PRODUKTÓW MLECZNYCH

***„Polakom brakuje wiedzy jak zbilansować dietę**. Brak motywacji i czasu na zdrowe odżywianie."*
Ekspert naukowy

***Źródło**: Badane Eating Habits, wywiady z ekspertami, Ipsos 2021*

Bardzo zindywidualizowane sposoby żywienia sprawiają, że prawidłowe zbilansowanie diety zależy od poziomu wiedzy i motywacji konsumenta

ŹLE ZBILANSOWANA DIETA

- Szeroka dostępność produktów żywnościowych oraz otwartość na kuchnie innych krajów sprawiły, że **Polacy zaczęli eksperymentować i znacząco rozszerzyli swój repertuar kulinarny.**

- Jednak konsumentom **brakuje wiedzy w jaki sposób prawidłowo zbilansować dietę**, żeby dostarczać organizmowi odpowiednią porcję potrzebnych składników odżywczych.

    - Dziś podstawowym punktem odniesienia w obszarze żywności jest talerz zdrowia, ale:
        - **Obecne style żywienia są bardzo zindywidualizowane;**
        - **Wiedza o żywieniu jest rozproszona i podatna na krótkotrwałe mody;**
        - **Trudno się oprzeć pokusie** spożywania szeroko dostępnych atrakcyjnych smakowo produktów.

    - W efekcie, **to poziom wiedzy żywieniowej danego konsumenta i motywacja decydują o tym na ile potrafi on zbilansować swoją dietę.**

*„**Popularne są diety eliminacyjne bez stosowania odpowiedniej suplementacji**, np. dieta ściśle wegańska czy dieta bezglutenowa stosowana przez osoby bez wskazań medycznych. Pojawiają się mody na diety, które mogą wyrządzić dużo szkody ze względu na nieodpowiednie zbilansowanie składników odżywczych, jak np. dieta paleo czy dieta Dukana."*
Dietetyk kliniczny

*„Kiedyś **przepisy przekazywane w rodzinie dawały gwarancję zbilansowanej diety.** Teraz w wielu domach w ogóle się nie gotuje, prawie w ogóle nie ma kuchni**.** Każdy jada w innym momencie i co innego.**"***
Promotor zdrowego żywienia

Polacy jedzą znacznie mniej warzyw i owoców niż zaleca WHO

ZBYT NISKIE SPOŻYCIE WARZYW I OWOCÓW

- Według obecnych zaleceń żywieniowych, **warzywa i owoce powinny stanowić 50% spożywanych produktów** czyli połowę ‚talerza żywieniowego'.
- Dieta Polaków znacznie odbiega od tych zaleceń:
  - Pomimo kampanii informacyjnych promujących warzywa, nadal spożywa się ich zdecydowanie za mało.

*„Spożycie warzyw jest bardzo niskie, a warzywa i owoce to **profilaktyka onkologiczna, kardiologiczna i antyalergiczna."***
Dietetyk Kliniczny

***„Warzyw spożywa się zdecydowanie za mało**. Nawet jeśli pamięta się o warzywie do posiłku, to zdarza się, że jest to jeden mały plasterek pomidora."*
Dietetyk

*„Wg WHO **dzienne spożycie warzyw powinno wynosić min. 400gr, Polacy jedzą ok 300g**. Po krótkotrwałym wzroście sprzedaży warzyw nastąpił spadek. Odeszliśmy od warzyw, choć **były przecież obecne w tradycji kuchni polskiej, choćby w postaci surówek czy kiszonych warzyw."***
Ekspert naukowy

Źródło: Narodowe Centrum Edukacji Żywieniowej

Nadmierne spożycie tłuszczu, cukru i soli wynika często z braku świadomości składu produktów

ZBYT DUŻE SPOŻYCIE TŁUSZCZU, CUKRU I SOLI

TŁUSZCZ

- **W Polsce notuje się wysokie spożycie tłuszczów nasyconych,** które podnoszą ryzyko chorób dietozależnych.
- Co prawda widoczny jest **trend zamieniania tłuszczów zwierzęcych na roślinne,** ale często **nie idzie za tym ograniczenie spożycia tłuszczów.**

CUKIER

- **Nawet jeśli konsumenci świadomie ograniczają cukier** (np. nie słodzą herbaty, ograniczają słodycze i napoje słodzone), **to często nieświadomie spożywają go** np. w pieczywie, nabiale, gotowych daniach, etc.
- **Na cukier bardzo są narażone dzieci**. Analizy dietetyków wskazują, że produkty specjalnie opracowane dla dzieci zawierają często więcej cukru, niż produkty, które nie są specjalnie kierowane do dzieci:
  - Słodkie warianty (np. nabiału) są traktowane przez rodziców jako alternatywa dla zdrowszych produktów, np. jogurtu naturalnego.

SÓL

- Mimo różnych kampanii dietetyków, **w Polsce sól jest nadużywana**. Dietetycy proponują zastępowanie soli różnymi ziołami – ale wciąż obserwują dominację soli.
- **Sól jest również w dużej ilości spożywana w produktach przetworzonych** – do których dodawana jest jako nośnik smaku lub substancja konserwująca.

„Tłuszcz zwierzęcy zamieniamy na olej**, mniej jemy smalcu i masła. Ale wciąż za dużo tłuszczu – **Polacy myślą, że jak coś jest zdrowe to można to jeść bez ograniczeń."
Ekspert naukowy

***„Zwiększenie spożycia nasyconych kwasów tłuszczowych, cukru (szczególnie słodyczy) i soli** to istotne czynniki ryzyka chorób dietozależnych."*
Dietetyk kliniczny

***„Sól do chyba nasza narodowa przyprawa.** Sól i pieprz. W sklepie jest z czego wybierać, ale to kwestia małej otwartości na nowe przyprawy."*
Dietetyk

*„Kiedyś spożywaliśmy więcej cukru wprost z cukierniczki, teraz **w postaci różnych produktów przetworzonych i nie do końca mamy tego świadomość."***
Dietetyk

***„Niska jest świadomość dotycząca poziomu zawartości cukru w produktach spożywczych**, np. w galanterii mleczarskiej, w słodkich napojach."*
Ekspert naukowy

***„Za dużo jadamy tłuszczów nasyconych**, które sprzyjają miażdżycy. **Za dużo cukru, zwłaszcza ukrytego**, bo nie czytamy etykiet."*
Ekspert naukowy

Niskie spożycie produktów pełnoziarnistych przekłada się na niedobory błonnika w diecie.

PRODUKTY Z BIAŁEJ MĄKI ZAMIAST PEŁNOZIARNISTYCH PRODUKTÓW ZBOŻOWYCH

- Pomimo coraz bardziej rozbudowanej oferty produktów pełnoziarnistych, **Polacy wciąż preferują jasne pieczywo** i inne produkty na bazie białej mąki, co przekłada się na **niską wartość odżywczą spożywanych produktów zbożowych i deficyty błonnika.**

- Znacząco zwiększyła się na rynku oferta różnych rodzajów kaszy, co jednak nie pociągnęło za sobą znaczących zmian w ich konsumpcji.

*„Mimo, że oferta rynkowa , jeśli chodzi o pieczywo, jest coraz bardziej rozbudowana, i to nie tylko w piekarniach, ale także w sklepach sieciowych, to **w diecie wciąż dominuje jasne pieczywo, bułki.**"*
Dietetyk

***„Polacy nie lubią grubych kasz, które są doskonałym źródłem błonnika, witamin i minerałów**, Obniżają poziom LDL, zapobiegają cukrzycy i rakowi jelita grubego."*
Dietetyk Kliniczny

***„Za mało spożywamy produktów zbożowych zawierających błonnik,** pomimo tego że są szeroko dostępne. Pieczywo z ziarnem w piekarniach jest znacznie droższe od zwykłego, ale w sieciach można je kupić w przystępnych cenach."*
Dietetyk

„Za mało błonnika,** a przecież, oprócz korzystnego wpływu na układ pokarmowy**, daje uczucie sytości."
Ekspert naukowy

Widoczna jest zmiana struktury spożycia mięsa. Zarysowuje się trend na ograniczanie mięsa w diecie na rzecz produktów roślinnych, ale nie jest on jeszcze znaczący.

ZA DUŻO MIĘSA, ZA MAŁO RYB I NASION ROŚLIN STRĄCZKOWYCH

- Eksperci są zgodni co do tego, że **spożycie mięsa przez Polaków znacznie przekracza obecnie zalecane max. 500 gr tygodniowo**, co podnosi ryzyko chorób dietozależnych.
  - Ponadto **wzrasta spożycie mięsa przetworzonego/ wędlin**, które zawierają substancje konserwujące i wzmacniające smak.
- Eksperci zauważają korzystny trend **na ograniczanie spożycia mięsa:**
  - Jednak **konsumenci ograniczający mięso w diecie często nie potrafią prawidłowo zbilansować diety**
  - Odpowiadając na zapotrzebowanie rynku, producenci żywności i sieci handlowe oferują **szeroki asortyment produktów wegetariańskich i wegańskich**. Eksperci dostrzegają stale **wzrastającą jakość tego typu produktów.**
- **Widoczny jest również trend na zastępowanie mięsa czerwonego drobiem.** Choć jest to korzystna zmiana, to jednak nadal struktura spożycia białka w Polsce nie jest satysfakcjonująca. Wciąż notuje się **za małe spożycie ryb i warzyw strączkowych, które są źródłem wysokiej jakości białka.**

*„**Za duże spożycie mięsa wieprzowego,** choć zmienia się struktura spożywanego mięsa: trochę więcej drobiowego, mniej wieprzowego, mniej wołowego. **Drobiowe jest postrzegane jako zdrowsze**, przynajmniej na poziomie mentalnym."*
Ekspert naukowy

*„**Polacy są przebiałczeni** – spożywa się zdecydowanie za dużo mięsa. Mięso obciąża organizm i zwiększa ryzyko chorób dietozależnych."*
Dietetyk

*„Można zaobserwować **powolny trend zastępowania mięsa dietą roślinną –flexi- i semi-wegetarianie**, pojawianie się na rynku produktów zastępujących mięso – **ale to niszowy trend."***
Ekspert naukowy

*„**Dramatycznie niskie spożycie ryb**, a to doskonałe źródło kwasów omega 3 – działanie przeciwmiażdżycowe, szczególnie istotne w okresie wzrostu dzieci i płodu."*
Ekspert naukowy

Zbyt niskie spożycie dobrej jakości produktów mlecznych prowadzi do niedoborów wapnia

ZA MAŁO WARTOŚCIOWYCH PRODUKTÓW MLECZNYCH

- Pomimo szerokiej dostępności wysokiej jakości produktów nabiałowych, **dorośli Polacy i seniorzy spożywają ich za mało.**
- Często spożywane są **produkty mleczne bogate w tłuszcz** (szczególnie tłuste mleko, śmietany, sery żółte), natomiast za małe jest spożycie produktów fermentowanych, które są szczególnie dobrym źródłem wapnia (np. jogurt naturalny, kefir, etc.).
- W efekcie, **wiele osób ma deficyty wapnia w diecie – co może w konsekwencji prowadzić do osteoporozy.**
- Często też wybierane są **produkty mleczne dosładzane** (z ‚ukrytym cukrem'), co prowadzi do nadmiernego spożycia cukru.

„W przypadku dzieci rodzice pamiętają o nabiale, ale jako dorośli mniej chętnie po niego sięgają. *Wśród starszych osób popularny jest tradycyjny biały ser, ale chociaż jest bardzo dobrym źródłem białka, to już nie wapnia."*
Dietetyk

„Preferowane są produkty mleczne o wysokiej zawartości tłuszczu*, np. pełnotłuste mleko i sery żółte, które co prawda są dobrym źródłem wapnia, ale zawierają dużo nasyconych kwasów tłuszczowych i soli oraz są wysokokaloryczne."*
Dietetyk Kliniczny

Jedzenie stało się przyjemnością, która zaspokaja różne potrzeby emocjonalne. To mocno wpływa na kształtowanie i utrwalanie negatywnych nawyków żywieniowych:

NIEWŁAŚCIWE NAWYKI:

- NIEREGULARNE POSIŁKI, ZA DUŻE PORCJE I ZA DUŻO PODJADANIA
- BRAK AKTYWNOŚCI FIZYCZNEJ
- OGRANICZENIE GOTOWANIA W DOMU I WSPÓLNEGO SPOŻYWANIA POSIŁKÓW
- JEDZENIE JAKO KOMPENSACJA POTRZEB EMOCJONALNYCH
- SUPLEMENTY DIETY ZAMIAST ZBILANSOWANYCH POSIŁKÓW

*„Co chwilę coś przegryzamy, **za mała przerwa nocna na niejedzenie.**"*
Ekspert naukowy

*„**Indywidualizm, brak więzi rodzinnych i wsparcia społecznego** sprzyjają negatywnym schematom żywienia."*
Promotor zdrowego żywienia

*„**Stres napędza głód i podjadanie**. Późno chodzimy spać i znów podjadamy. To błędne koło."*
Dietetyk

***Źródło**: Badane Eating Habits, wywiady z ekspertami, Ipsos 2021*

Jedzenie stało się przyjemnością, która zaspokaja różne potrzeby emocjonalne. To mocno wpływa na kształtowanie i utrwalanie negatywnych nawyków żywieniowych:

NIEWŁAŚCIWE NAWYKI:

- **NIEREGULARNE POSIŁKI, ZA DUŻE PORCJE I ZA DUŻO PODJADANIA**
- **BRAK AKTYWNOŚCI FIZYCZNEJ**
- **OGRANICZENIE GOTOWANIA W DOMU I WSPÓLNEGO SPOŻYWANIA POSIŁKÓW**
- **JEDZENIE JAKO KOMPENSACJA POTRZEB EMOCJONALNYCH**
- **SUPLEMENTY DIETY ZAMIAST ZBILANSOWANYCH POSIŁKÓW**

- Pomimo tego, że **Polacy mają świadomość konieczności podejmowania aktywności fizycznej**, to jednak w przypadku wielu osób wiedza ta **nie przekłada się na codzienne zachowania.**
  - Zdaniem ekspertów, szczególnie alarmujący jest styl życia dzieci i młodzieży – zwłaszcza, że **COVID nasilił tendencję do nadwagi i otyłości również w tej grupie wiekowej.**

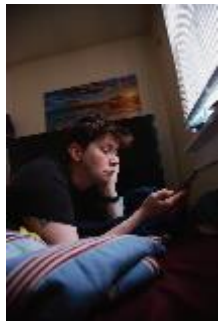
- Dietetycy zwracają uwagę na fakt, że **obecny model szybkiego życia, stres i zindywidualizowanie społeczeństwa, prowadzą do traktowania jedzenia jako sposobu kompensacji potrzeb emocjonalnych**. To również istotny czynnik prowadzący do nadwagi i otyłości.

- Ogromna oferta i szeroka komunikacja suplementów diety wpływa na wysokie ich spożycie przez Polaków. Eksperci zauważają **negatywny trend żywieniowy polegający na traktowaniu suplementów jako łatwego sposobu na zbilansowanie diety**, który ma skompensować niewłaściwe odżywianie.

*„**Indywidualizm, brak więzi rodzinnych i wsparcia społecznego** sprzyjają negatywnym schematom żywienia."*
Promotor zdrowego żywienia

*„**Stres napędza głód i podjadanie**. Późno chodzimy spać i znów podjadamy. To błędne koło."*
Dietetyk

*„Przyjemny smak jest czynnikiem dominującym w wyborze diety. Racjonalizujemy. **Łykamy na potęgę suplementy wierząc, że zastąpią zdrową dietę."***
Ekspert naukowy



Wszystkiego za dużo. Problemem jest jedzenie bez przerwy. Ilość ważniejsza niż jakość.

NIEWŁAŚCIWE NAWYKI:

NIEREGULARNE POSIŁKI, ZA DUŻE PORCJE I ZA DUŻO PODJADANIA

- **Tradycyjne żywienie zakładało regularność**, stałość godzin posiłków. Dietetycy też wskazują na konieczność jedzenia regularnie. Ale faktyczne zachowania rozmijają się z ideałem.
  - Powszechne jest **jedzenie pomiędzy głównymi posiłkami, bardzo dużo przekąsek** (rzadko zdrowych). Albo nawet **zastępowanie głównych posiłków przekąskami.**

- Trend ten dotyczy wszystkich grup wiekowych, ale jest **szczególnie niebezpieczny w przypadku dzieci** – przekarmianych w domu i poza domem (nawet na placach zabaw).

- Nawet osoby, które zmieniły swoje nawyki żywieniowe i wybierają zdrowsze produkty, nie zawsze ograniczyły ilość konsumowanej żywności.

- Niektórzy eksperci wskazują na fakt, że zwyczaj jedzenia po to żeby się najeść, obecny w kulturze polskiej przeszłości, zachował się do tej pory. Wciąż dla części konsumentów **bardziej istotna jest ilość jedzenia niż jego jakość.**

*„Co chwilę coś przegryzamy**, za mała przerwa nocna na niejedzenie.”***
Ekspert naukowy

*„Niektórzy nie mają czasu jeść o stałych porach, zgodnie z zaleceniami. **Jedzą byle co, a potem wieczorem jak zasiądą to zjadają jeden duży posiłek.”***
Promotor zdrowego żywienia

***„W Polsce jedzenie nadal służy do tego żeby się najeść**. A przecież może służyć celom społecznym jak we Włoszech, czy nawet może oznaczać piękno - jak w kuchni japońskiej.”*
Ekspert Kulinarny

Nieprawidłowości w żywieniu niebezpiecznie zwiększają również problem otyłości u DZIECI

- **Błędy żywieniowe** obserwowane w przypadku dzieci są zbieżne z błędami żywieniowymi dorosłych, szczególnie:
  - **Nieprawidłowa organizacja posiłków**, podjadanie między posiłkami;
  - **Niewłaściwy profil składników odżywczych i duży procent żywności przetworzonej** w diecie dzieci;
  - **Niski poziom aktywności fizycznej.**

- Zdaniem ekspertów **otyłość wśród dzieci stanowi ogromne wyzwanie**. Potrzebne są długofalowe systemowe rozwiązania promujące prawidłowe wzory żywienia i wczesne wykrywanie nadwagi i otyłości:
  - **Problem otyłości dzieci nasilił się w czasie COVIDu** (brak aktywności fizycznej, wzrost spożycia słodyczy, przerwa w edukacji w zakresie zdrowego żywienia, która była wcześniej prowadzona w szkołach).

*„Wyznacznikiem w żywieniu dzieci jest talerzyk żywieniowy, ale **bardzo trudno zmienić nawyki**. 88% dzieci po 1-szym roku życia spożywa za mało warzyw, 83% - spożywa dosalane produkty, 73% - za dużo cukru."*
Dietetyk kliniczny

***„Otyłość dzieci to ogromny problem. Potrzebne są systemowe rozwiązania** i zaangażowanie naukowców w określeniu strategii zmian wprowadzanych małymi kroczkami, a nie rewolucja. Powoli to się dzieje, choćby rozporządzenie dotyczące sklepików szkolnych."*
Dietetyk kliniczny

„Reklamy słodyczy skierowane do dzieci wyrządzają dużo szkody."
Ekspert naukowy

Eksperci zauważają, że wiele produktów dla małych dzieci dostępnych na rynku nie spełnia obecnych zaleceń WHO. Doceniają wysiłki Biedronki prowadzące do poprawy sytuacji.

- Żywienie małych dzieci, podobnie jak żywienie dorosłych przeszło sporą metamorfozę przez ostatnie 25 lat:
  - **Do lat 90-tych żywienie dzieci było pod kontrolą specjalistów z jednostek naukowo-badawczych** tworzących modele bezpiecznego żywienia.
  - W latach 90-tych na rynek polski weszły koncerny światowe oferując liczne produkty żywnościowe dla dzieci. Jednostki naukowo badawcze nadal opracowują modele bezpiecznego żywienia, ale producenci nie mają obowiązku się do nich stosować.
    - **Producenci podlegają obecnie rozporządzeniom UE** w zakresie produkcji żywności dla niemowląt i małych dzieci.
    - Część z nich **nie spełnia jednak bardziej restrykcyjnych rekomendacji żywieniowych WHO i IMiD** dotyczących składu i wartości odżywczej produktów przeznaczonych dla małych dzieci. W efekcie, wiele produktów dla dzieci nie spełnia obecnych zaleceń i zawiera np. za dużo cukru, za mało białka, etc.

- **Biedronka cieszy się uznaniem ekspertów** ze względu na to, że **wpływa na producentów by zmieniali skład produktów, wprowadziła dobrowolny system znakowania produktów** i prowadzi **działania edukacyjne** w zakresie żywienia dzieci.

*„**W latach 90-tych jednostki badawcze przestały mieć wpływ na jakość produktów oferowanych dla małych dzieci.** W 2018 WHO przeprowadziła badanie w 8 krajach europejskich, w tym w Polsce, które pokazało, że **¾ produktów przeznaczonych dla dzieci zawiera ponad 15% energii pochodzącej z cukru. Wiele produktów posiada zbyt małą wartość kaloryczną i za mało białka.** Niektórzy producenci obniżają ilość cukru w produktach przeznaczonych dla dzieci, ale inni nie reagują."*
Dietetyk kliniczny

*„**Biedronka ma znakomitych specjalistów**, którzy mają wiedzę i pełnią funkcję kontrolną w obszarze żywności dla dzieci. **Motywują producentów do poprawy składu produktów, promują żywność wskazaną dla dzieci znakując produkty."***
Ekspert naukowy

*„**Chodzi o to, żeby modele bezpiecznego żywienia znalazły się pod strzechą**. Edukacja żywieniowa poprzez dzieci ma duży sens. Pokazał to program ‚Mamo, tato, wolę wodę' - najlepiej rozpoznawalny program edukacyjny."*
Dietetyk kliniczny

*„Mamy to jest ta grupa, która zwraca największa uwagę na etykiety. **Produkty dla dzieci traktujemy priorytetowo**. Mamy swoją politykę, która zakłada, że składników dodatkowych w produktach dla dzieci być nie powinno."*
Przedstawiciel producenta żywności

Pomimo obserwowanych błędów żywieniowych, eksperci są dobrej myśli na przyszłość, bo zdrowe żywienie jest obecnie trendy

- Aktualne **trendy żywieniowe są dość zbieżne z zaleceniami dietetyków**:
  - Zwłaszcza **młodzi ludzie wydają się być otwarci na trendy** – np. ograniczanie mięsa i zwiększanie produktów roślinnych w diecie.
  - Rodzice małych dzieci stają się coraz bardziej świadomi i zwracają uwagę na to, co jedzą dzieci.
    - Niekoniecznie jednak, jak obserwują dietetycy, przekłada się to na zmiany jadłospisu dorosłych.

- **Moda na gotowanie pomaga**.
  - Dietetycy przekonują pacjentów, żeby gotowali sami jak najwięcej, ze świeżych składników – bo wtedy kontrolują to, co wkładają do garnka.
  - **Programy kulinarne, blogi, influencerzy często wspierają w tym zakresie pracę dietetyków.**
  - Choć nie zawsze: część ekspertów obserwuje, że nie wszyscy influencerzy opierają się na rzetelnej wiedzy żywieniowej, często propagują krótkotrwałe mody na produkty, etc.

*„**Młodzi wprowadzają nowe trendy: jedzą warzywa**, grube kasze. Korzystają z diety DASH na stronie NFZ - planują jadłospis i od razu tworzą listę zakupów."*
Dietetyk Kliniczny

*„**Rodzice starają się już dbać o dietę dziecka**. Ale spotykam się, z takimi sytuacjami, że rodzice przy dziecku trzymają się, jedzą warzywa, **a jak dziecko pójdzie spać to jedzą batoniki** – żeby nie dawać dzieciom złego przykładu."*
Dietetyk

„Konsument jest zdezorientowany ilością informacji o żywieniu dostępnych w internecie. Nie zawsze potrafi znaleźć rzetelną wiedzę, bo dziś specjalistami od żywienia są blogerzy."
Ekspert naukowy

Wzrasta też świadomość Polaków dotycząca zagrożeń związanych z chorobami dietozależnymi oraz zagrożeniami środowiskowymi związanymi z produkcją żywności

- **Nieograniczony dostęp do informacji** (media, internet) sprawia, że wiedza na temat zdrowego żywienia szybko się rozprzestrzenia:
  - Wpływa na postawy wobec żywienia, a z czasem kreuje także zachowania prozdrowotne konsumentów.
- **Na rynku podejmowanych jest wiele akcji i kampanii edukacyjnych** organizowane przez przedsiębiorstwa prywatne, instytucje rządowe i pozarządowe.
- Pandemia dodatkowo uwypukliła kwestie związane z żywieniem i zdrowym stylem życia.
- W efekcie, **znacząco zwiększyła się świadomość dotycząca chorób dietozależnych** wśród konsumentów (otyłość, nadwaga, cukrzyca typu II, osteoporoza, nowotwory, choroby układu krążenia, etc.).
- Na wybory żywieniowe części konsumentów wpływa również **wzrost świadomości związanej z globalnym ociepleniem i wyzwaniami środowiskowymi** związanymi z masową produkcją żywności.

*„Pojawiła się kwestia chorób dietozależnych i **wzrasta świadomość tego, jak duże znaczenie może być dietoterapia i dietoprofilaktyka.”***
Producent żywności współpracujący z siecią Biedronka

***„Wystąpienie pierwszych objawów choroby często motywuje do zmiany** nawyków żywieniowych.”*
Dietetyk

Eksperci od żywienia stawiają przede wszystkim na systemowe rozwiązania i na edukację młodego pokolenia. Doceniają włączanie się Biedronki w te działania.

EDUKACJA DZIECI

- **W ramach edukacji w szkołach, eksperci organizują warsztaty, spotkania, wspólne gotowanie** i obserwują, że dzieci są bardzo zaangażowane i przekonane do zdrowego odżywiania się. Niektóre ze zdumieniem odkrywają, że zdrowe jedzenie może być smaczne i że gotowanie to też przygoda.

- **Programy edukacyjne są podejmowane z inicjatywy instytucji zajmujących się żywieniem oraz przedsiębiorców i sieci handlowych.**

- Eksperci podkreślają, że **niezbędnym warunkiem efektywnej edukacji jest systemowe podejście i długofalowe działania**, a nie pojedyncze akcje.

*„**Zmiana zachowań żywieniowych to powolny proces. Programy edukacyjne to nie mogą być akcje.** Przykładem jest Północna Karelia, w której uzyskano obniżenie cholesterolu w ciągu 30 lat."*
Ekspert Naukowy

*„Ważne by wylansować **modę na zdrowe żywienie**. Ale nie tylko Lewandowska, ale narodowy program, skoordynowane, długofalowe działania liderów opinii w różnych środowiskach. Dzięki edukacji dzieci zwiększamy świadomość rodziców."*
Ekspert naukowy

*„**Ruch na rzecz edukacji nabiera na znaczeniu** – przybywa ludzi interesujących się jedzeniem, są programy edukacyjne w szkołach i w TV."*
Ekspert Kulinarny

***Źródło**: Badane Eating Habits, wywiady z ekspertami, Ipsos 2021*

CO SIĘ ZMIENIŁO W ŻYWIENIU... A CO POZOSTAŁO BEZ ZMIAN

2

… czyli o otwartości na nowe smaki mimo dużego przywiązania do kuchni tradycyjnej

© Ipsos dla Jeronimo Martins Polska 2021

Co zmieniło się od 1996... do 2021?

1 ZMIANY SPOŁECZNE

- wzrost poziomu wykształcenia
- wydłużanie się życia, tzw. *population greying*, oraz wzrost liczby osób w wieku poprodukcyjnym
- mniejsza liczba dzieci w rodzinie
- zmiana struktury gospodarstw domowych, w tym głównie wzrost udziału gospodarstw 1–2 osobowych
- nierówności dochodowe

2 ZMIANY POLITYCZNE I EKONOMICZNE

- rozwój nowych technologii
- transformacja ustrojowa i wzrost znaczenia własności prywatnej
- zwiększenie aktywności zawodowej kobiet
- ogólny wzrost tempa życia (dłuższe godziny pracy, zmiany w gospodarowaniu czasem wolnym)
- postępująca urbanizacja i większa mobilność

3 ZMIANY KULTUROWE

- zmiana systemu wartości – wzrost znaczenia jakości życia
- przejmowanie „zachodnich" wzorców – homogenizacja konsumpcji
- zmiany obyczajowości (np. sposoby celebracji ważnych wydarzeń, wzorce spędzania wolnego czasu)
- różnice doświadczeń między pokoleniami

Baza: *analiza własna na podstawie Sala J., Dochód a konsumpcja usług gastronomicznych, Poradnik Restauratora 2, 6, 2000; Lazaridis, P. and A. Drichoutis. "Food consumption issues in the 21st century." (2005); Borkowska A., Współczesne trendy w konsumpcji żywności w aspekcie regionalizacji kontra globalizacji, Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu 2009 | 11 | z. 3 | 46-49; Zalega T., Nowe trendy i makrotrendy w zachowaniach konsumenckich gospodarstw domowych w XXI wieku, Konsumpcja i rozwój 2013;2(5):3-21; Grzelak A., Gałączka M., Tendencje konsumpcji żywności w Polsce na tle uwarunkowań globalnych, Roczniki Ekonomiczne Kujawsko-Pomorskiej Szkoły Wyższej w Bydgoszczy 2013/6, 223-241; red. M. Karwowskiej i W. Gustaw, Trendy w żywieniu człowieka, Komitet Nauk o Żywności Polskiej Akademii Nauk, Kraków 2015; Domanski H., Karpiński Z., Przybysz D., Straczuk J., Wzory jedzenia a struktura społeczna, Wydawnictwo Naukowe Scholar, 2015; Świetlik K., Ewolucja i uwarunkowania popytu na usługi gastronomiczne w Polsce w latach 2000–2015, Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej nr 120, 2017: 133–146; Komor, A. Czernyszewicz, E. Białoskurski, S. Goliszek, A. Wróblewska, W. Pawlak, J. (2020). Przemiany w konsumpcji żywności w Polsce w świetle uwarunkowań społeczn ekonomicznych Radom 2020.*

Punktem wyjścia jest nie rok 1996, ale 1989 – zaczyna się od marzenia o obfitości. W 1996 roku chcemy kupować dużo i tanio, o jakości za bardzo nie myślimy. Stopniowo to się zmienia – rośnie oferta, konsumenci stają się bardziej wymagający

KONSUMENCI

- Konsumenci przede wszystkim **oczekują niskich cen**
- Wciąż dominuje **żywienie oparte na tradycji.** Relatywnie niskie powiązanie żywienia ze zdrowiem

Powoli narasta presja na jakość żywności
- Konsumenci coraz bardziej świadomi
- Otwarcie granic – nowe smaki, nowe kuchnie
- **Zmienia się piramida żywieniowa**: aktywność fizyczna i warzywa na dole piramidy – o żywieniu zaczyna się mówić jako o części stylu życia

- Rośnie potęga internetu. A od 2010 – rozkwit mediów społecznościowych
- **Łatwy dostęp do informacji.** Wyraźne rozwarstwienie na rzetelną wiedzę naukową o żywieniu vs. łatwo dostępną, powierzchowną „pseudo" wiedzę
- **Popularyzacja gotowania i nowych potraw dzięki np. programom kulinarnym w TV** (Masterchef: 2012)
- **Od ~2014 – przyspiesza rozwój sektora restauracyjnego** (różnorodność kuchni!)

HANDEL I PRODUCENCI

LATA 90

- **Spada jakość części żywności**;
- żywność przetworzona zalewa rynek
- **Przestają obowiązywać normy** branżowe

LATA 2000

2004 Wejście Polski do UE

- Rozwój handlu **wielkopowierzchniowego** i dyskontów
- Wejście do UE: **nacisk na przestrzeganie standardów produkcji** żywności

LATA 2010

- Dyskonty rosną w siłę.

2020

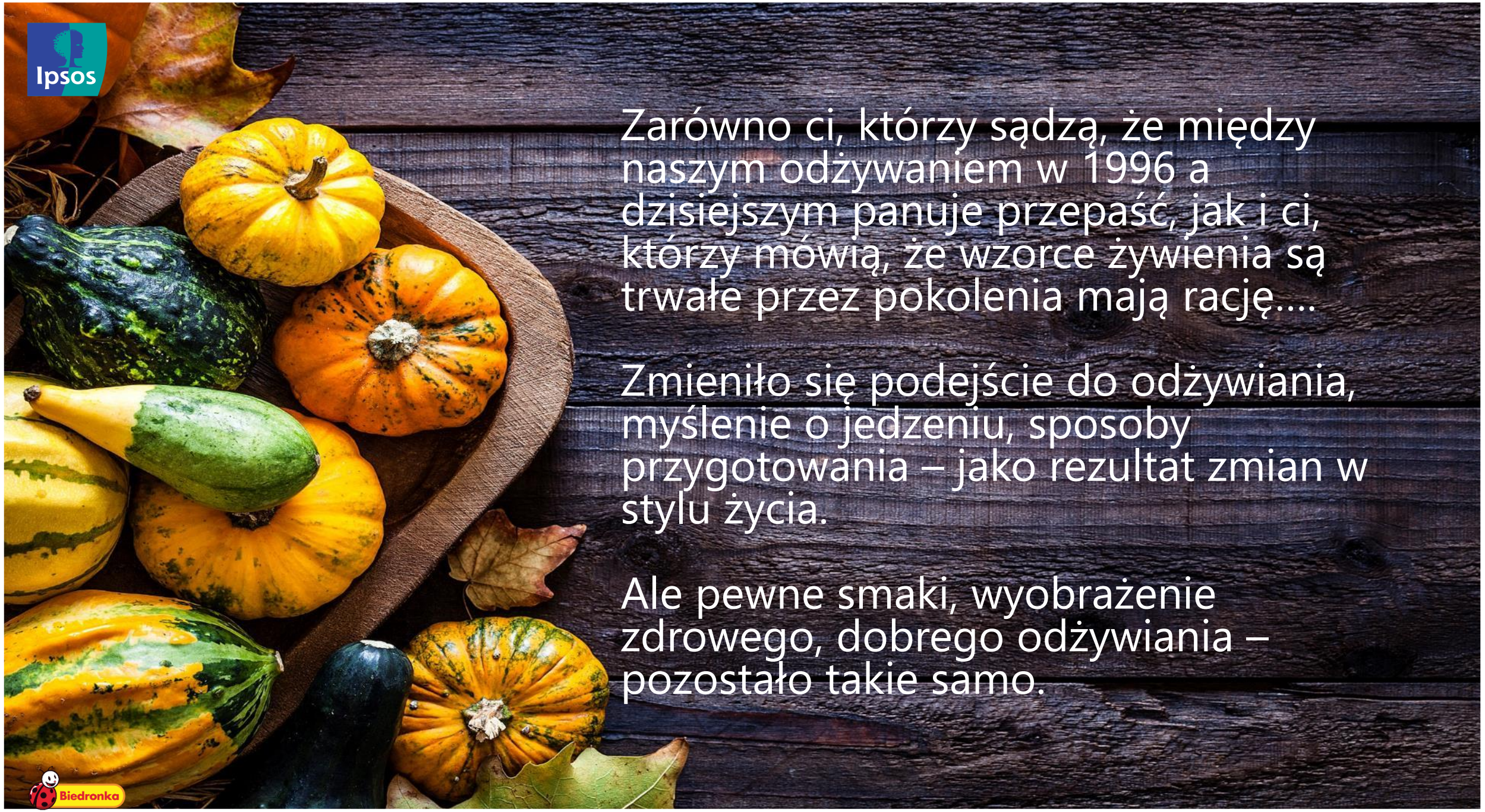
2020 COVID

- Zwiększa się **świadomość konsumentów dotycząca etykiet**
- **Producenci i sieci handlowe pracują nad poprawą jakości żywności**
  - Upraszcza się kody związane ze zdrowym żywieniem (np. talerz zdrowego żywienia, znakowanie Nutri-score)
  - Poprawa stosunku jakości do ceny produktów. Wyraźne segmenty cenowe żywności zależne od jakości
- Pandemia wpłynęła na zwyczaje żywieniowe i zakupowe – **ale tylko czasowo.**

Biedronka

***Źródło**: wywiady z ekspertami. Badane Eating Habits, moduł jakościowy, Ipsos 2021*

Ipsos


Ipsos
Zarówno ci, którzy sądzą, że między naszym odżywaniem w 1996 a dzisiejszym panuje przepaść, jak i ci, którzy mówią, że wzorce żywienia są trwałe przez pokolenia mają rację....
Zmieniło się podejście do odżywiania, myślenie o jedzeniu, sposoby przygotowania – jako rezultat zmian w stylu życia.
Ale pewne smaki, wyobrażenie zdrowego, dobrego odżywiania – pozostało takie samo.
Biedronka

Stałe i niezmienne przekonania – tradycja, zdrowie

PREFEROWANA JEST TRADYCYJNA KUCHNIA POLSKA – ale dziś nie jest po prostu standardem, bardziej świadomym wyborem

Chociaż często także w nowym wymiarze: mniej tłuszczu, raczej pieczone, niż smażone

DEFINICJA ZDROWEGO ODŻYWIANIA

Regularne posiłki, zawsze śniadanie

Ze świeżych, albo mało przetworzonych składników

Domowe, przygotowane w domu

Mięso, warzywa, węglowodany (przekonanie, że standardowy obiad składa się z mięsa, ziemniaków (kaszy, ryżu) i surówki / warzyw)

JESTEŚMY ROZDARCI między **przyjemnością jedzenia**, a **zdrowiem** (ale nie jesteśmy gotowi poświęcić przyjemności)

Codzienna praktyka jednak jest dziś już trochę inna.

Kiedyś: jedzenie to głównie „odżywianie”, zaspokajanie głodu, kuchnia podobna w każdym domu, regularność.

Dziś: przede wszystkim przyjemność – jedzenia, gotowania, smaków: ulubionych albo nowych

Lata 90-te	2021
JEDZENIE TO BARDZIEJ **ZASPOKAJANIE GŁODU** Regularne zaspokajanie głodu, dostarczanie składników	JEDZENIE TO **PRZYJEMNOŚĆ**, a nie głównie zaspokajanie głodu. Nie jesteśmy gotowi do kompromisów w tej kwestii
Kuchnia **CIĘŻKA, TŁUSTA I MĄCZNA**: dużo tłuszczu i węglowodanów Niewielka różnorodność produktów	Kuchnia bywa **UROZMAICONA, RÓŻNORODNA,** próbujemy nowych składników i potraw. Nawet „kuchnia polska” lżejsza.
JEDEN STANDARD: KUCHNIA POLSKA Jadło się to, co było, a wszyscy jedli (mniej więcej) to samo	**INDYWIDUALIZACJA** Różne style odżywiania, nawet w ramach jednego domu. Jemy to, co lubimy.
3 GŁÓWNE POSIŁKI Przekąski – były, ale mniej	**NIEREGULARNOŚĆ, PODJADANIE** pomiędzy posiłkami.
BYŁO UCIĄŻLIWIE Zakupy to polowanie (niektórzy to wciąż pamiętają). Gotowanie – to godziny w kuchni	**SZYBKOŚĆ, WYGODA** Straciliśmy regularność posiłków; żyjemy szybciej i tak gotujemy
JAKOŚĆ ŻYWNOŚCI - RÓŻNA Za dobrą jakość trzeba dużo zapłacić	**POPULARYZACJA** **DEMOKRATYZACJA** **SZEROKI DOSTĘP JEDZENIA DOBREJ JAKOŚCI**

Biedronka

Ipsos

Źródło: *Badane Eating Habits, moduł jakościowy, Ipsos 2021*

Polacy, a zwłaszcza młodzi dorośli są otwarci na próbowanie nowych składników, ale ciągle tradycyjna kuchnia polska, jej potrawy i smaki są preferowane

Ciągle kręcimy się wokół „kuchni polskiej, tradycyjnej”. Przyjemność dają nam tradycyjne smaki, ale też szukamy urozmaicenia.

Postawa tradycyjna

Skala 1-4

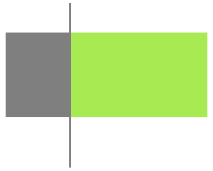
NIE ZGADZAM SIĘ *(Bottom2boxes)* | ZGADZAM SIĘ *(Top2boxes)*

Preferuję kuchnię tradycyjną, polską

Mam swoje tradycyjne dania i sprawdzone przepisy z których korzystam – nie potrzebuję nowych

Źródło: Raport syndykatowy Food Trends 2021

Jedzenie teraz już nie jest tak dobre jak kiedyś



Postawa nowoczesna

NIE ZGADZAM SIĘ *(Bottom2boxes)* | ZGADZAM SIĘ *(Top2boxes)*

Lubię eksperymentować, stosować nowe przepisy, wypróbowywać nowe dania

Przeglądam dla przyjemności strony internetowe związane z kuchnią i odżywianiem

Źródło: Raport syndykatowy Food Trends 2021

Jeśli zobaczę jakiś nowy produkt spożywczy, kupuję go, żeby wypróbować

Dane: *w %*
Pyt.: *OM01. Proszę przeczytać różne stwierdzenia dotyczące odżywiania. O każdym z nich proszę powiedzieć, czy pasuje ono do Pana(i), czy też nie pasuje, tym razem na skali 1-4, gdzie 1=zdecydowanie nie a 4=zdecydowanie tak.*

Źródło: badanie ilościowe, Ipsos dla Jerónimo Martins. Próba reprezentatywna Polakow, N=2003

Kuchnia tradycyjna, czyli..

KONKRETNE (lubiane) DANIA:

- Schabowy
- Rosół
- Pierogi
- Mizeria
- Gołąbki
- Kopytka
- Domowe ciasta
- Ziemniaki
- Żurek

PEWIEN STYL GOTOWANIA / ŻYWIENIA

- Gotowanie w domu
- Przygotowywanie własnoręcznie
- Z nieprzetworzonych składników

ALE TAKŻE:

- Ciężka, tłusta, smażona
- Mało warzyw – dużo mięsa
- Warzywa – z okrasą
- Wymaga dużo pracy, czasochłonna (pierogi!)

*Starsze pokolenia raczej odwołują się do tradycji, **natomiast młodzi przesiąknięci są kulturami wschodu i zachodu.** Myślę, że jest to całkiem normalne. Jednak trzeba też podkreślić, że większość osób niezależnie od wieku lubi polskiego schabowego z mizerią.*

MŁODZI I SAMODZIELNI (18-30+, bez dzieci)

*U mnie w domu **jada się z reguły tradycyjnie**. Zawsze babcine i mamine obiady smakują najlepiej. Z reguły gotujemy to, na co maja ochotę dzieci, a my dostosowujemy się.*

RODZICE (25-40) Z DZIEĆMI

*Często gotuję **polskie dania, bo bardzo je lubię**. Urozmaicam je jednak innymi daniami, najczęściej z kuchni tajskiej albo chińskiej. Albo przygotowuję **tradycyjne dania po nowemu,** np. kotlety mielone piekę w piekarniku.*

EMPTY NESTERS, 40+, RODZICE NASTOLATKÓW

*„Nasz dom był zawsze tradycyjny. Żona piekła ciasta, przyjmowaliśmy gości. (...) **Jak w kuchni się gotuje, to wiem, że jest dom”***

SENIORZY (65+)

***Źródło**: Badane Eating Habits, moduł jakościowy, Ipsos 2021*

Jak eksperci oceniają dzisiejszą dietę Polaków? Różnorodna, ale nie zbilansowana

- Szeroka dostępność produktów żywnościowych oraz otwartość na kuchnie innych krajów sprawiły, że **Polacy zaczęli eksperymentować i znacząco rozszerzyli swój repertuar kulinarny**
- Jednak konsumentom **brakuje wiedzy jak prawidłowo zbilansować dietę**, żeby dostarczać organizmowi odpowiednią porcję potrzebnych składników odżywczych
    - **Kuchnia tradycyjna, rozwijana przez pokolenia, odpowiadała na zapotrzebowanie odżywcze**, konsument nie musiał samodzielnie troszczyć się o zbilansowanie diety
    - **Dziś podstawowym punktem odniesienia w obszarze żywności jest piramida żywieniowa, ale obecne style żywienia są bardzo zindywidualizowane** i to poziom wiedzy żywieniowej danego konsumenta decyduje o tym na ile potrafi on zbilansować swoją dietę

***Polakom brakuje wiedzy jak zbilansować dietę**. Brak motywacji i czasu na zdrowe odżywianie*
Ekspert naukowy

***Popularne są diety eliminacyjne bez stosowania odpowiedniej suplementacji**, np. dieta ściśle wegańska czy dieta bezglutenowa stosowana przez osoby bez wskazań medycznych. Pojawiają się mody na diety, które mogą wyrządzić dużo szkody ze względu na nieodpowiednie zbilansowanie składników odżywczych, jak np. dieta paleo czy dieta Dukana,*
Dietetyk kliniczny

Zwyczaje żywieniowe a etap życia

Zmiany w gotowaniu są podyktowane etapem życia.

Osoby starsze są bardziej przywiązane do tradycji: częściej serwują obiady domowe i przygotowane od podstaw. Młodsi Polacy są zaś w większym stopniu otwarci na eksperymenty i nowe przepisy, a także na nowe produkty.

	18-29 lat A	30-39 lat B	40-49 lat C	50-65 lat D	Powyżej 65 lat E
Średnia przygotowanych obiadów od podstaw (bez dań gotowych i półproduktów)	**12,1** *w miesiącu*	**13,0** *w miesiącu*	**13,5** *w miesiącu*	**15,6** ABC *w miesiącu*	**14,6** *w miesiącu*
W moim domu praktycznie codziennie podaje się obiady domowe	71	74	77	80 AB	80
Preferuję kuchnię tradycyjną, polską	54	63 A	66 A	77 ABC	79 ABC
Lubię eksperymentować, stosować nowe przepisy, wypróbowywać nowe dania	68 DE	70 DE	69 DE	61 D	43
Jeśli zobaczę jakiś nowy produkt spożywczy, kupuję go, żeby wypróbować	45 D	52 AD	48 D	37	42

Dane: *w %*
Pyt.: *H4a. Jak często, jeżeli w ogóle w Pana(i) domu przygotowuje się obiad od początku, bez użycia dań gotowych i półproduktów?*
OM01. Proszę przeczytać różne stwierdzenia dotyczące odżywiania. O każdym z nich proszę powiedzieć, czy pasuje ono do Pana(i), czy też nie pasuje.
Baza*: Wszyscy respondenci: 18-29: N=458, 30-39: N=551, 40-49: N=460, 50-65: N=534, 65+: N=81*

ABCDE - Wartość istotnie wyższa/niższa niż w innych grupach (przedział ufności 95%)

Stosunek do kuchni tradycyjnej zmienia się z wiekiem i składem gospodarstwa domowego

18-25

- ✓ **Wyszli z domu rodzinnego i zaczynają gotować „po swojemu”**/ pod swoje gusta i preferencje
- ✓ **Kuchnia tradycyjna (która była w domu) już im się trochę znudziła**, więc chętnie gotują inne/ nowe rzeczy
- ✓ Chętnie testują nowe produkty, sięgają po kuchnie świata.
- ✓ Część: dopiero po wyjściu z domu dopiero zaczęła się uczyć gotować… więc **bardziej czerpie z bieżących trendów kulinarnych czy żywieniowych** (z tego, co znajduje w sklepie na półkach oraz w internecie: na YT, TikToku, Instagramie czy blogach)

25-40 bez dzieci

- ✓ **Do ciekawości i różnorodności dochodzi pośpiech i brak czasu.**
- ✓ Wybierają dania łatwe do przygotowania, szybkie, często jednogarnkowe.
- ✓ Liczy się smak (ulubiony) i wygoda.

25-40 z dziećmi

- ✓ **Kuchnia** była lub wciąż jest **podporządkowana temu, co dzieci chcą/ nie chcą albo mogą/ nie mogą jeść** (jeśli pojawiają się alergie żywieniowe, bóle brzucha); zwłaszcza, gdy dzieci były małe
- ✓ Kiedy **są trochę starsze wyzwanie jest jeszcze większe…** bo każdy domownik ma swoje zdanie, preferencje kulinarne, chce, jeść to, co lubi (i czasem niełatwo jest pogodzić różne preferencje → napięcie wśród mam)
- ✓ **Nastolatki same zaczynają się interesować gotowaniem czy pieczeniem i czasem przejmują inicjatywę** (serwując rodzicom np. dania kuchni indyjskiej…)

41-65

- ✓ „**Odzyskali” gotowanie dla siebie**: częściej dochodzą do głosu ich własne preferencje (i można też uwzględnić różnice w preferencjach małżonków)
- ✓ Jednocześnie: **pojawiają się pierwsze problemy ze zdrowiem, masą ciała**, które mogą wpływać na to, że **gotuje się lżej i rezygnuje z niektórych produktów.**

65+

- ✓ Zdecydowanie kuchnia **tradycyjna – bo to ich ulubione dania.**
- ✓ **Gotowanie nie jest problemem** – mają czas na gotowanie, sprawia im to przyjemność.
- ✓ ALE korzystają z gotowych dań, w przypadku zbyt czasochłonnych potraw (np. pierogi)
- ✓ W ich diecie **nie chodzi o rozszerzanie – raczej o to, żeby nie trzeba było ze zbyt wielu produktów rezygnować.**
- ✓ Zdrowie ma znaczenie – niektórzy starają się gotować lżejsze warianty tradycyjnej kuchni.

Źródło: Badane Eating Habits, moduł jakościowy, Ipsos 2021

Młodsze pokolenia jada raczej mało tradycyjnie, kuchnia polska jest trochę w odwrocie

POWODY ODCHODZENIA OD „TRADYCYJNEJ" KUCHNI POLSKIEJ (18-25 lat):

- ↘ **Chęć jedzenia „lepiej":** w sposób bardziej urozmaicony, kolorowy, lżejszy, z większą ilością warzyw (to ostatnie: zwłaszcza dziewczyny)
- ↘ **Tradycyjne polskie dania są dość czasochłonne** (nawet codzienny „klasyk": mięso + ziemniaki + surówka wymaga czasu… a co dopiero pierogi!)
- ↘ **Moda na kuchnie świata** (która przyszła wraz z wyjazdami zagranicznymi, rozwojem kultury restauracyjnej – zwłaszcza w większych miastach – oraz większą łatwością przygotowania dań: przepisy na wyciągnięcie ręki w internecie, a produkty: w dyskontach)
  - ↘ **Wydają się one ciekawsze** (jeszcze bardziej: po wyjściu z domu rodzinnego, gdzie często gotuje się tradycyjnie), **atrakcyjniejsze smakowo i wizualnie oraz szybsze w przygotowaniu**
- ↗ **ALE:** bywa też, że jak już gotują tradycyjnie, to **wprowadzają własne modyfikacje**, np. schabowy w panierce z orzechów, mięso pieczone z ziołami (nie: smażone), sos sojowy do ziemniaków, etc.; choć część: polega też na przepisach od mam ;)

Smaki dzieciństwa, które odchodzą…	**Dania, które lubią i do których wracają** (czasem sami przygotowują, czasem jedzą raczej u rodziców)
• Kluski z surowych ziemniaków, które podaje się z twarogiem i cebulką (gotowały babcie, rodzice już nie) • Biała zupa z ziemniaków • Śledź w śmietanie, zimne nóżki	• Pierogi (ruskie, z kapustą i grzybami, z mięsem…) • Kotlety mielone / schabowe / zrazy / klopsy + ziemniaki + mizeria / kapusta zasmażana / gotowana marchewka • Gołąbki (raczej u rodziców) • Placki ziemniaczane, naleśniki • Zupy: rosół, pomidorowa, ogórkowa, barszcz czerwony • Kiszonki (też od rodziców)

*„Kuchnia polska kojarzy mi się **z ziemniakami, smażeniem, cebulą i mięsem**, **wydaje mi się mało kolorowa**. Dobrym i zdrowym jej aspektem są **kiszonki.** Młode pokolenie je potrawy z różnych kuchni i jego **kultura jedzeniowa mam wrażenie, że jest bardziej "europejska",** ulegli już oni różnym wpływom kulturowym. Moja dieta się różni od „typowo polskiej", ponieważ **nie przepadam za tłustym jedzeniem, jem wiele surówek i kolorowych potraw**, do tego wiele dań inspirowanych kuchnią włoską."*

*„Polska kuchnia kojarzy mi się z kuchnią babci i dziadka - **dosyć tłusta, oparta na mięsie, dosyć mało urozmaicona, uboga w warzywa**. Czasem **skupienie na sytości, nie na jakości dań**."*

*„Moim zdaniem **Polacy jedzą różnie i wynika to na pewno z globalizacji**. Starsze pokolenia raczej odwołują się do tradycji, natomiast **młodzi przesiąknięci są kulturami wschodu i zachodu. Myślę, że jest to całkiem normalne**. Jednak trzeba też podkreślić, że **większość osób niezależnie od wieku lubi polskiego schabowego z mizerią**."*

Jak jedzą młodzi (po wyjściu z domu rodzinnego, ale przed założeniem rodziny)?

Lekko! Przynajmniej w porównaniu do tradycyjnej kuchni polskiej

- Jedzą **mniej tłusto oraz mniej mięsa**, niż ich rodzice (i niż się jadło w domu rodzinnym)
- **Starają się jeść więcej warzyw czy owoców** (ale: tylko jeśli je rzeczywiście lubią! Bo jeśli nie… to się nie zmuszają)
- **Chętnie sięgają po „lżejsze”**, niż tradycyjna kuchnia polska, **dania kuchni śródziemnomorskiej czy azjatyckiej** (choć króluje nie tak znowu lekki makaron…)

Bez większych wyrzeczeń i wyrzutów sumienia

- **Czasem sięgają po fast-foody, słodkości, półprodukty czy dania gotowe** (zwłaszcza jak są w niedoczasie).
- **Nie jest to dla nich dużym problemem**, bo generalnie odżywiają się (deklaratywnie) dość dobrze… i **nie chcą sobie niczego odmawiać** (jeśli już: to ograniczać, ale bardziej ze względu na dbałość o sylwetkę, niż zdrowie).

Różnorodnie, nie nudno!

- Szczególnie widać to **na przykładzie śniadań**: u starszych wciąż królują kanapki, a **młodsi lubią zmieniać sobie smaki i dania** (pojawiają się owsianki, omlety, naleśniki, gofry, sałatki…) – w zależności od tego, na co mają ochotę
- W ich repertuarze częściej pojawiają się też **różne kuchnie i nietradycyjne dania** np. szakszuka czy makaron z owocami morza.

Czasem lubią zaszaleć… i przygotować coś extra

- **Od jedzeniowych „szaleństw”** (a więc rzeczy bardziej czasochłonnych) **jest weekend, wolne dni, czy okazja, kiedy wpadają znajomi**
- Można się wtedy pokusić np. o zrobienie pierogów z jagodami, domowego, bardziej czasochłonnego obiadu czy upieczenie placka → **młodzi lubią gotować, tylko muszą mieć na to czas.**

„Żebym była zadowolona posiłek musi posiadać sporo składników i przypraw, nie lubię rzeczy typu bułka z szynką - jak już, dodam do niej jakieś warzywa, a chleb podpiekę w opiekaczu z masłem i przyprawami.”

Dorośli (25-40) bez dzieci żegnają się z kuchnią tradycyjną, bo mają większą świadomość zdrowego odżywiania niż ich rodzice i chcą jeść różnorodnie

Są bardzo **otwarci na eksperymentowanie i nowe smaki.**

Z podobnych względów jak najmłodsza grupa wiekowa – w znacznym stopniu odeszli od tradycyjnej kuchni polskiej. **Wolą kuchnię lżejszą, a niektórzy też bardziej wyrazistą w smaku**.

Jeśli wracają do tradycyjnych dań, to **przygotowują je po swojemu: lżej, z innymi składnikami, z nowymi dodatkami,** np. z większą ilością „nowych" przypraw.

Zmienili sposób przygotowania potraw: **rzadziej smażą** (a jeśli już to z małą ilością tłuszczu lub bez tłuszczu)**, częściej pieką, duszą i gotują.**

Przykłady jak dania tradycyjne są przygotowywane po swojemu:

- *„Lubię przypominać sobie te smaki. Sporo jednak modyfikuję np.* ***pierogi*** *jem* ***tylko z czystą wołowiną*** *oraz zmieloną włoszczyzną, kotlety* ***mielone tylko drobiowe i pieczone*** *w piekarniku, leczo wyłączenie z kiełbasą z piersi kurczaka"*
- *„W daniach tradycyjnych* ***śmietanę zastępuję jogurtem****, nie robię panierki,* ***ziemniaki zastępuje ryżem albo kaszą****,* ***mniej solę****, zamiast smażyć piekę lub gotuję"*
- *„****Korzystam z rodzinnych przepisów, tylko w wersji odchudzonej****. Zamiast śmietany używam jogurtu naturalnego. Bardzo rzadko jadam ziemniaki. Mięso smażę na suchej patelni lub piekę w piekarniku.* ***Nie używam sosów do mięs****. Nie używam gotowych mixów przypraw."*
- *„Zmieniłem przyprawy na* ***ostrzejsze****"*

„W domu gotowało się kuchnię polską. Gotowała głównie mama, albo babcia. Najczęściej było jakieś mięso z ziemniakami albo zupy. Myślę, że ***teraz mamy większa świadomość w kwestii jedzenia, wiemy co jest zdrowe a co nie****. Mamy też* ***dostęp do większej ilości przepisów z całego świata i do większej ilości produktów****. Ja kiedy wyprowadziłam się z domu rodzinnego i zaczęłam gotować sama zaczęłam większa uwagę przywiązywać do tego co jem i bardziej to urozmaicać.* ***Byłam ciekawa nowych smaków****"*

„W dzieciństwie na obiad przeważały jakieś mięsa z ziemniakami albo zupa na kilka dni. Mięso zawsze mocno wysmażone i tłuste. W szkole tylko kanapki i w domu na kolację kanapki albo jakieś parówki. Ogólnie minimalne pojęcie co się powinno jeść.
Zmieniła się w moim przypadku świadomość tego czego potrzebuję *i na tym bazuje jadłospis."*

„Jedliśmy typowe polskie dania, mama uwielbiała gotować i piec. ***Obiad zazwyczaj był dwudaniowy*** *z zupą, dużo jadło się pieczywa i kanapek, mieliśmy też raczej nielimitowany dostęp do słodyczy i słodkich niezdrowych napojów.* ***W tej chwili słodycze jadam rzadko, a słodkie napoje czy soki w ogóle wyeliminowałam****. Rzadko też sama robię obiady dwudaniowe, jest zupa albo inny konkretny posiłek."*

Jak jedzą dorośli (25-40) bez dzieci?

Pewna część dorosłych została na poprzednim etapie „hedonizmu" żywieniowego

- Niektórzy (częściej mężczyźni) nadal podchodzą dość beztrosko do żywienia, podobnie jak młodsza grupa wiekowa. W jedzeniu chodzi im o różnorodność i przyjemność bez wyrzeczeń
- **Jednak wiele osób** (zwłaszcza po 30-stce) **zmienia swoje podejście,** bo zwiększa się ich **wiedza na temat zdrowego odżywiania**, u niektórych pojawia się problem z wagą, poczucie ciężkości po jedzeniu, etc.

Większa uważność na zdrowe żywienie i trochę wyrzutów sumienia

- **Są bardziej świadomi tego jaka żywność im służy:** wiedzą po czym dobrze się czują i zachowują odpowiednią masę ciała
- **Modyfikują więc swój styl żywienia**: np. rzadziej jadają fast-foody na mieście, zwracają uwagę na regularność posiłków, ograniczają niektóre produkty, etc.
- **Nadal pozwalają sobie na niezdrowe produkty**, ale u części powoduje to już pewien dyskomfort.

Eksperymenty – tak! Ale raczej w preferowanych obszarach smakowych i po swojemu

- Mają już za sobą wiele doświadczeń w odkrywaniu różnych kuchni
- **Nadal chętnie eksperymentują**, ale są już **bardziej świadomi tego co im smakuje, a co nie**
- Nabyli już doświadczenia w gotowaniu i z **większą swobodą podchodzą do przepisów kulinarnych –** modyfikują dania po swojemu, pod swój gust i potrzeby żywieniowe
- Stają się trochę **mniej receptywni na różne mody żywieniowe**

Zdecydowanie liczy się szybkie przygotowanie posiłków

- Przyjemność jedzenia jest bardzo ważna, ale **szkoda im czasu na gotowanie**
- Najczęściej w domu gotuje ta osoba, która to lubi lub… robi to szybciej
- Wybierają **dania wymagające niskiego nakładu czasu i pracy**

- Część korzysta z dań gotowych doceniając ich poprawiającą się jakość.

Dorośli (25-40) z dziećmi upraszczają swoje zwyczaje żywieniowe i powracają do sprawdzonych dań kuchni polskiej

Dzieci mają wpływ na to co się gotuje w domu. Chodzi o to **żeby posiłki były zdrowe i żeby smakowały dzieciom**.

Dla ułatwienia i oszczędności czasu, często gotuje się **jedno danie dla wszystkich domowników, dostosowując się do preferencji dziecka.** Oddzielne dania gotuje się zwykle w tych rodzinach, w których dorośli mają odmienne preferencje (np. jedna osoba lubi mięso, a druga nie jada mięsa)

Na ogół nie planuje się posiłków z wyprzedzeniem, bo nie wiadomo na co dzieci będą miały ochotę.

Dorośli z dziećmi często upraszczają swoją dotychczasową kuchnię: wybierają proste potrawy, szybkie w przygotowaniu, często oparte na kuchni tradycyjnej (choć mogą je przygotowywać w zdrowszy sposób). Większą wagę przywiązują do regularności posiłków (bo dzieci powinny jeść regularnie).

Jednak pomimo tego, że ze względu na dzieci gotują zdrowiej, to nie zawsze udaje im się wdrożyć zdrowe odżywianie także w odniesieniu do siebie

*„Nasz styl żywienia jest różnorodny: ja jem dużo mięsa, partnerka nie lubi mięsa, tak samo jak córka, i jedzą ogólnie na styku wegetarianizmu. Zawsze staram się o produkty w miarę dobre jakościowo nie lubimy jeść „śmieci" dlatego **jeśli jest czas i siły gotujemy w domu zdrowe potrawy, tak aby każdego pogodzić, bo każdy z nas jest różny**"*

*„**Raczej jadłospis jest głównie pod kątem dziecka i to my się dostosowujemy do niego niż ono do nas**.... Żurek z jajkiem, pomidorowa z makaronem czy łosoś to ulubione potrawy mojego dziecka, jak i nasze smaki:). Bardzo się cieszę że **nasza córka uwielbia ryby; dorsz i łosoś często ląduje na naszym talerzu obiadowym bogaty w kwasy omega 3, więc samo zdrowie**.*
***Dzieci są bardziej wybredne**, ale im są starsze tym bardziej otwierają się na nowe smaki, nowe dania i potrawy."*

*„**Dzieci jedzą bardziej delikatnie**, więc trzeba delikatniej przyprawiać. **Nie lubią tłustych potraw. Bardziej wybrzydzają**, lubią słodkości, płatki i owoce"*

*„**O dzieci człowiek chce zadbać, a dorosły jak to dorosły, myśli że on nie musi**. W zasadzie taka jest główna różnica pomiędzy tym jak my się żywimy, a jak nasz syn. Oczywiście to wszystko też zależy od dziecka. U mnie akurat syn jest wybredny, jada według mnie zdrowe rzeczy – lubi tradycyjną kuchnię."*

Jak jedzą dorośli (25-40) z dziećmi?

Dzieci dodatkowo motywują do dbania o zdrowe żywienie

- **Odpowiedzialność za dziecko** sprawia, że dorośli jeszcze bardziej starają się wdrażać zdrowy styl żywienia w domu: przygotowywać regularne, domowe posiłki, korzystać ze świeżych produktów i zwiększać ilość warzyw i owoców w diecie.
- **Zwracają uwagę na świeżość produktów i ich skład** (zwłaszcza brak konserwantów i innych zbędnych składników).

Ale nie chcą odmawiać przyjemności ani dzieciom ani sobie

- Z drugiej strony **trudno jest odmawiać przyjemności, zwłaszcza dzieciom.**
- Dlatego **starają się kontrolować ilość niezdrowego jedzenia** spożywanego przez dzieci i proponować **zdrowsze odpowiedniki.**
- Np. przygotowują zdrowsze, domowe fast foody zamiast kupowania gotowych, przetworzonych; starają się zapewnić domowe desery i wypieki zamiast kupowania słodyczy w sklepie.

Mniej eksperymentują

- Choć nadal są otwarci na nowe smaki, to znacznie rzadziej eksperymentują.
- Bo **dzieci,** zwłaszcza młodsze, **są dość konserwatywne jeśli chodzi o preferencje smakowe**.
- Łatwiej jest więc dorosłym dostosować się do preferencji dzieci i przygotować **jeden posiłek dla wszystkich.**

Dzieci motywują do wspólnych posiłków

- Dorośli (25-40) **częściej podkreślają ważność wspólnych posiłków** niż ich rówieśnicy bez dzieci.
- Wspólne posiłki to sposób na przebywanie razem, na rozmowę i budowanie więzi.
- Jeśli nie udaje się jeść wspólnie w ciągu tygodnia, to próbują to zrealizować przynajmniej w weekend.

Starsi jedzą bardziej klasycznie, ale i oni poszerzają swój repertuar (bo zwiększył się dostęp do różnych produktów i zagranicznych inspiracji)

W starszych pokoleniach (40+) kuchnia tradycyjna wciąż jest na topie, zwłaszcza wśród mężczyzn (kobiety chętniej modyfikują swój jadłospis, by jeść mniej mięsa, a więcej ryb, warzyw czy ryżu…).

ALE: starsi, podobnie jak ich dzieci, **chętnie wprowadzają do swojego repertuaru dania innych kuchni,** które są lżejsze i szybsze do przygotowania (choć jest to kwestia dość indywidualna, są osoby mniej i bardziej otwarte na tego typu modyfikacje; deklaratywnie częściej modyfikują tradycyjny jadłospis kobiety).

Dania, kuchni polskiej, które jadają i przygotowują:

- Wszystkie te, które jedzą też młodzi (pierogi, placki ziemniaczane, naleśniki, różne mięsa z ziemniakami i warzywami, zupy)

A ponadto:
- Jeszcze więcej zup: żurek, zalewajka, kapuśniak…
- Bigos
- Golonka
- Przystawki (na niektórych rodzinnych imprezach): śledzik, jajko w majonezie, zimne nóżki
- Klasyczne smaki, ale w lżejszej odsłonie: dorsz w sosie kurkowym czy borowikowym
- Perliczki (raczej: na okazje)
- Karkówka w piwie

W domach, gdzie tradycje żywieniowe są kultywowane (mówię to na własnym przykładzie) ***często jadamy te same potrawy****.* ***Jednak różnią się one sposobem przyrządzenia.*** *Np. smażyłam na maśle roślinnym (tak się smażyło u mnie w domu). Teraz smażę na oleju rzepakowym.*

„Oczywiście ***kuchnia Polska to głównie schabowy, pierogi i żurek znane na całym świecie*** *i sądzę, że przy tym należy pozostać. (…)* ***Moja dieta nieco różni się od tradycyjnej.*** *Jadam więcej makaronu lub ryżu z warzywami, na pewno ryby i owoce morza,* ***bo są to rzeczy szybkie w przygotowaniu i smaczne****."*

*„****Moja dieta jest chyba typowo polska z tym, że mamy szczęście mieć własne warzywa bez chemii****, mięso np. do kapuśniaku to nie chemicznie wędzone żeberko z Lidla,* ***ale z własnej wędzarni****. Vegety i kostki rosołowe u mnie w domu nie istnieją."*

Obiad składający się z trzech dań pojawia się raczej w weekend. Bardziej czasochłonne potrawy np. pierogi, gołąbki itp. troszkę przegrały z brakiem czasu.

Jak jedzą starsi (40+), których dzieci albo się wyprowadziły, albo są już starsze (i same czasem przejmują stery w kuchni) ?

Wciąż dość tradycyjnie, ale i tak: lżej, niż kiedyś

- Je się **więcej białego mięsa** (indyk, kurczak) oraz **ryb** (vs. mięso czerwone); stosunkowo rzadko/ mniej: owoce morze
- **W jadłospisie/ daniach pojawia się więcej warzyw** (zwłaszcza u kobiet)
- Trochę **mniej się smaży, a więcej: piecze, dusi, gotuje**

To, co lubią (tak, jak młodsi), ale bywa, że mają wyrzuty sumienia

- Większa świadomość żywieniowa wpływa na to, że **zdają sobie sprawę ze swojej nie zawsze najbardziej zdrowej diety** (za dużo tłuszczów, mięsa czy ziemniaków w jadłospisie), ale **dopóki czują się dobrze, nie wprowadzają radykalnych zmian** (nawet jeśli wiedzą, że powinni)

Różnorodnie, ale w pewnych ramach

- **Adaptują kuchnie świata, ale tylko niektóre** (np. śródziemnomorską / włoską), to, co im odpowiada (np. ryby morskie pieczone w piekarniku, sałatki, czy spaghetti bolognese); **czasem w kuchnie świata wprowadzają ich dzieci** (serwując np. kuchnię indyjską)
- Urozmaiceniem są dla nich też **inne, niż w kuchni tradycyjnej przyprawy** czy dodatki do mięsa

„Bardzo bym chciała jeść zdrowo, ale chyba to tak nie wygląda. Zupy lubię zabielane śmietaną albo „zaklepką" z mąką. Staram się jeść dużo warzyw, sałatek warzywnych, ale lubię też grillowane mięso i sosy do mięsa i ziemniaków. Za dużo jem ziemniaków… w każdej postaci. Za mało wynalazków typu cieciorka, soczewica. Mój styl jedzenia wynika z tego co lubię jeść - jeśli coś mi nie smakuje to nie będę jadła nawet jeśli to jest super zdrowe."

Seniorzy – zdecydowanie tradycyjnie. Tu wyzwaniem staje się to, żeby jeszcze nie trzeba było rezygnować z ulubionych dań

4 filary dobrego, zdrowego odżywiania się, według seniorów:

1. Regularne jedzenie, zawsze śniadanie
2. Zbilansowane – czyli obowiązkowo obiad składa się z mięsa, ziemniaków (albo kaszy, ryżu) i surówki/ warzyw
3. Ze świeżych, albo mało przetworzonych składników (np. jogurt naturalny jest postrzegany jako zdrowszy, niż jogurt smakowy)
4. Domowe, przygotowane w domu

Jakość swojej diety oceniają na podstawie swojego samopoczucia: jeśli nie cierpią na dolegliwości układu trawiennego, czują się ogólnie dobrze to są zadowoleni ze swojej diety.

Dania, kuchni polskiej, które jadają i przygotowują:

- Tradycyjne dania
  - Schabowy i inne potrawy z wieprzowiny
  - Dużo dań mącznych (pierogi, naleśniki)
  - Kiszonki (ogórki, kapusta)
  - Przetwory domowe
  - Ziemniaki – podstawa obiadu
  - Twaróg/ biały ser
- Tradycyjne sposoby przygotowywania
  - Smażenie, duszenie
  - „główny" składnik obiadu musi mieć konkretną (nazwaną) formę: np. jeśli warzywa to raczej kotlecik z cukinii (z jajkiem, panierką), albo „leczo".

*„Nasz dom był **zawsze tradycyjny**. Żona piekła ciasta, przyjmowaliśmy gości. (...) Teraz, odkąd żony nie ma, ja gotuję – też tak tradycyjnie. **Jak w kuchni się gotuje, to wiem, że jest dom**"*

*„Wiadomo, że domowe najlepsze. Trzy razy w tygodniu jemy w klubie seniora. Obiad, podwieczorek. No, dobre, ale w domu **człowiek tak po swojemu przyrządzi i przyprawi.**"*

*„Staramy się zdrowo jeść. **Unikamy tłustych wędlin, przechodzimy na sery kozie, lokalne przetwórnie**, które mają własne wędzarnie, duża warzyw, owoce."*

*„**Mąż lubi tradycyjnie.** Mi to tak za bardzo nie służy, ale nie będę przecież dla siebie osobno gotować."*

Raczej nie rozbudowują swojej diety, tylko starają się, żeby zdrowie pozwoliło jak najdłużej jeść ulubione dania

Wciąż dość tradycyjnie, na tyle, na ile to jest możliwe….

- Kuchnia tradycyjna oznacza świeże, przygotowane w domu – oraz tradycyjne, polskie danie.
- Umieją gotować, niektórzy nawet lubią. A przede wszystkim – mają czas na gotowanie. Zupa nie jest w ogóle problemem. Ale już pierogi – raczej kupią

…tym bardziej, że nowe trendy wspierają tradycyjność

- Chętnie sięgają po „domowy" chleb, wędliny. Warzywa i jajka chętnie kupowaliby na bazarze, wierząc, że tam znajdą bardziej świeże/ mniej przetworzone produkty.

Ale trend na lżejsze gotowanie, warzywa przebija się – motywowany zdrowiem

- Wiek wiąże się z ograniczeniami. Dieta wymaga zmian nie tylko w związku z konkretnymi chorobami.
- Nawet bez zdiagnozowanych problemów zdrowotnych, seniorzy widzą, że powinni jeść mniej, nie za późno wieczorem i lżejsza kuchnia lepiej im służy, niż tradycyjnie przyrządzane dania.
- Mają świadomość, że należałoby jeść więcej warzyw, ryb. Ale te przekonania niekoniecznie wprowadzają w życie.

Jak dziś gotujemy? Cytaty konsumentów

Gotowanie na bieżąco

„Nie planuję starannie swojego jadłospisu, robię to tylko z dnia na dzień. Kiedy mam iść do pracy, większość posiłków wymyślam i przygotowuję dzień wcześniej. Jeśli mam wolne, działam na bieżąco."

Świeżość, wygląd, przyjemność gotowania:

„Szczególną uwagę zwracam na to, aby składniki do poszczególnej potrawy były świeże i przyciągały oko."

*„**Kiedy słyszę słowo „jedzenie" na myśl przychodzi mi wspólne gotowanie z partnerką.** Samo jedzenie kojarzy mi się z miłą formą spędzania czasu, dlatego że bardzo **lubię gotować i eksperymentować w kuchni.** W jedzeniu fajne jest to, że można poznawać nowe smaki oraz uczyć się kuchni innych krajów."*

Przyjemność i trend na gotowanie:

*„Więcej ludzi z **przykrego obowiązku zrobiło formę relaksu**, odpoczynku. Siedzenie w kuchni nie jest karą, ale możliwością twórczego poszalenia. Czymś zaskoczyć znajomych, rodzinę... Nie jest wstydem lubić gotować. Znani kucharze to celebryci :) Świat stanął na głowie. To nadal są tylko faceci szykujący żarcie."*

„Teraz jak mamy możliwość, to fajnie smakuje chleb, który się samemu upiekło, z wędliną, którą się samemu uwędziło. Jeśli się popróbowało naturalnych smaków, to jak się coś kupuje, to jest to już inny smak. Ja lubię to robić. Nawet alkoholu po prostu nie kupuję w sklepie. Coraz więcej mamy znajomych, którzy piwa warzą, wina robią. Ludzie idą w taki kierunku."

W tygodniu „na szybko", w weekend z fantazją

*„**Szybkie rzeczy w tygodniu** - gotowe kopytka i do tego mój sos z mięskiem, zupa na dwa dni :D, omlet, jajecznica, chleb w jajku. A weekend znacznie się różni ze względu na to, że w tygodniu zdarza mi się jeść gotowe produkty, a w weekendy bardzo rzadko. **W weekendy chętnie ulepię pierogi, zrobię sama kluski śląskie, upiekę pizzę :)"***

Jak dziś gotujemy? Cytaty konsumentów

Świeże domowe posiłki, żeby być w dobrej kondycji przez długie lata

*„**Moim podejściem jest teraz szacunek do samego siebie bo skoro mam jeszcze żyć hmm dobrze by było ze 100 lat to trzeba dbać teraz**, a nie potem stękać i chodzić po lekarzach jak aktualnie starsze osoby. Staram się teraz robić **jedzenie na bieżąco, zawsze świeże** - pandemia i praca zdalna ułatwia takie zabiegi. W przypadku kiedy idę do pracy to przygotowuję 3 posiłki w pudełkach."*

Szybkie przygotowanie na bieżąco

*„Staram się gotować **szybkie i nieskomplikowane posiłki.** Zdarza się, że obiad gotuję na 2 dni, natomiast pozostałe posiłki przygotowuję na bieżąco. Jeśli idę do pracy to zabieram ze sobą 2 lub 3 posiłki wcześniej przygotowane."*

Szybko i smacznie

*„Powiem tak w weekendy człowiek ma więcej czasu czy też po pracy aby coś przygotować. Staram się gotować smacznie, ale też szybko. Tzn każdy po pracy jest głodny więc staram się tak zorganizować w tygodniu jadłospis aby był **szybki do przygotowania.** Ostatnio na obiad makaron z serem i truskawkami :) "*

Ważne żeby przygotować posiłek szybko

*„**Chodzi o to żeby przygotować obiad szybko: czasami są to gotowe dania typu: pierogi czy kulki mięsne które wrzucasz do wody na 10 min, karkówka grillowa która jest już w przyprawach i wrzucam na patelnię** czy gotowe sałatki lub po prostu robimy jakieś szybkie sałatki lub bierzemy kiełbasę smażymy na patelni i warzywa do tego"*

Posiłki

Śniadania i kolacje jadamy podobne, niezależnie od wieku i momentu w życiu.

Ale obiady potrafią się bardzo różnić.

Śniadania wyglądają podobnie we wszystkich grupach wiekowych. Najbardziej lubimy jeść tradycyjne kanapki

Źródło: Ipsos 'Trendy w zwyczajach żywieniowych' 2021
Dane: *w %*
Pyt.: ***AN1a,*** *A co najczęściej jada Pan(i) na ...e?* ***Baza:*** *(jedzący w miarę regularnie śniadanie): N=643. Wartości w %*

Jak wyglądają (nie-tradycyjne) polskie śniadania młodych ludzi (18-25)? Na słodko/ na słono, na szybko/ w stylu slow food… stawia się na urozmaicenie

Konsumenci 18-25 – przykłady

„Lubię lekkie śniadania, nie czuję się po nich ciężko: grillowane warzywa, do tego grzanka z konfiturą owocową i szklanka soku”

Zdarza się bardziej tradycyjnie i „syto” (→ częściej mężczyźni)

A czasem: ekstrawagancko (szakszuka czy tatar…)

„Na śniadanie najczęściej jadam owsianki z różnymi owocowymi dodatkami lub omlety. W weekendy naleśniki, czasem tortille.”

„Czasem na śniadanie lubię zjeść coś na słono i nie zawsze są to kanapki, czasem jajecznica, a czasem jak na zdjęciu "chlebomlet”. Dwie kromki chleba obtoczone w roztrzepanym i przyprawionym jajku, smaży się to na patelni i do środka wkładam mozarellę, pomidora i bazylię. Jak ser się rozpuści to naprawdę mega.”

„Dzisiaj na śniadanie kanapka na ciemnym pieczywie z pastą z awokado.”

„Mieszanka sałat ze świeżym ogórkiem, 2 śliwkami i serem feta. Lubię w tym, że jest to lekkie śniadanie, połączenie słodkiego ze słonym, do tego kawałek ciemnego pieczywa i kawa, bądź herbata i można zaczynać dzień”

„W weekendy na śniadanie bardzo często robię gofry z owocami i cukrem pudrem.”

Dla osób 25-40 (bez dzieci): szybkie w przygotowaniu i pożywne. Pamięta się o warzywach

Konsumenci 25-40 bez dzieci – przykłady

Płatki z owocami – w różnych wariantach:

„Jogurt z musli i owocami, jogurt z dżemem czy owsianka z podobnymi dodatkami to moje najczęstsze śniadanie. Zmieniam dodatki i nigdy się nie nudzi. No i jest pyszne :)”

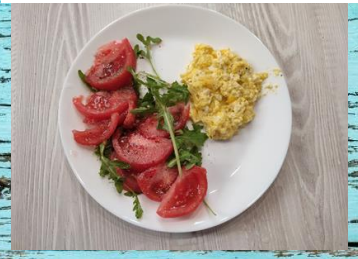
Kanapki w różnych postaciach i z różnymi dodatkami:

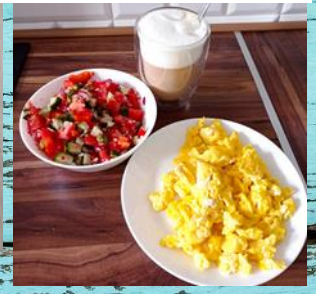
„Uwielbiam różne kanapki, codziennie można zjeść je z czymś innym I przez to nigdy się nie nudzą. Jem na śniadanie i kolacje”

A w weekend można się delektować ☺

„Weekendowe śniadanie, gdy mam okazję zjeść na mieście. I weekendowe śniadanie, gdy robię je sama. W tygodniu oczywiście mniej czasu na delektowanie się pierwszym posiłkiem, Wtedy najczęściej na talerzu ląduje jajecznica na masełku”

Jajka w różnych postaciach, najczęściej jajecznica, bo najszybciej:





„Jajecznica, sałatka warzywna. Szybkie śniadanie”

„Naleśniki przygotowuje częściej w weekend. Robię je z różnymi dodatkami, zarówno tradycyjne naleśniki jak i pankejki, placki z jabłkiem czy racuchy”

Kiedy pojawiają się dzieci (konsumenci 25-40, z dziećmi), śniadania stają się prostsze, żeby smakowały dzieciom. Choć, w razie czego, dzieci jedzą coś innego niż dorośli

Konsumenci 25-40 z dziećmi – przykłady

Na ciepło dla wszystkich domowników:

„Na śniadanie kanapki, albo jajecznica i nie ma znaczenia czy to jest środek tygodnia czy weekend."

„Synek bardzo lubi gotowane parówki juniorki z szynki z ketchupem."

„W weekendy owsianka bo jest pożywna i mam więcej czasu aby ja przyrządzić."

Kanapki:

Lub dzieci jedzą po swojemu, a dorośli jak lubią :

„Syn jada sporo serków i zup mlecznych z płatkami, musów owocowych i kanapki :) jada inaczej niż dorośli, bo nie lubi jeszcze pikantnych rzeczy, woli słodkie a w dodatku potrzebuje więcej witamin i nabiału."

U osób 40-65 raczej wytrawne i mniej różnorodne: dominują kanapki, jajecznica i parówki

Konsumenci 25-40 z dziećmi – przykłady

Kanapki, kanapki, kanapki… ☺ Czasem jedzone w domu, czasem; już w pracy.

„Kanapeczki z chleba razowego z masłem, szynką, serkiem żółtym, ogórkiem i rzodkiewką, a do tego herbatka z cytrynką, wybór na kanapeczki dzisiaj padł dlatego, że szybko się je robi, a szykuje się pracowity dzień."

„Zwykle są to kanapki w tygodniu, a weekendowe śniadania to jajecznica w sobotę i naleśniki w niedzielę - naleśniki też robi syn."

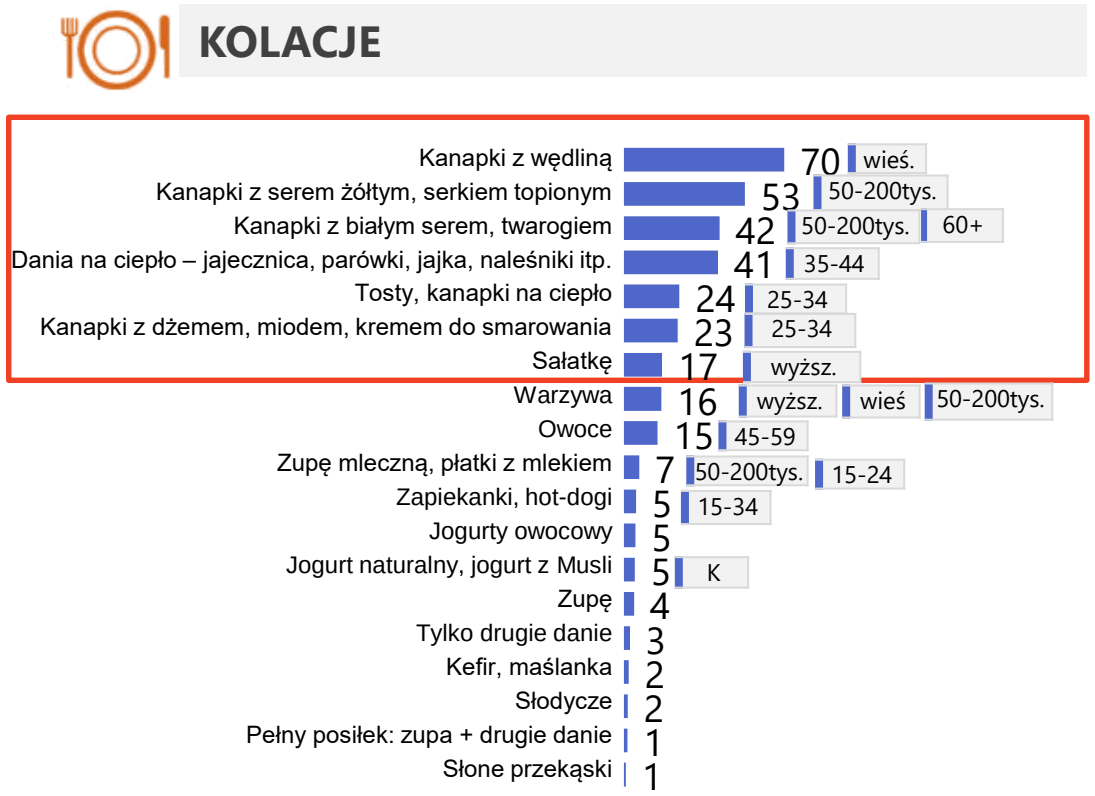
Pojawiają się jajka (najczęściej w formie jajecznicy) i parówki:

Są osoby, które omijają śniadanie i serwują sobie tylko czarną kawę (albo zestaw: kawa + kanapka; kawa + jajecznica)

Urozmaicenie też się pojawia, ale tylko na niektórych stołach:

„Na śniadanie często jemy różne tortille, gdyż są smaczne, zdrowe i pożywne; można zrobić dzień wcześniej albo tuż przed podaniem, bo robi się je dość szybko."

Kolacje znów jadamy podobne. Królują kanapki



Źródło: Ipsos 'Trendy w zwyczajach żywieniowych' 2021
Dane: *w %*
Pyt.: ***AN1a,*** *A co najczęściej jada Pan(i) na ...e?* ***Baza:*** *(jedzący w miarę regularnie śniadanie): N=614. Wartości w %*

Kolacja u młodszych – zależy, na co mają ochotę.
Może być makaron (jak na obiad), placki (które zostały ze śniadania), kanapki, tosty, sałatka, smoothies…

Konsumenci 18-25 – przykłady

„*Na kolacje często jadam tosty, różnego rodzaju smoothie, czasem sałatki. Jeśli gotuję dla większej ilości osób i jest jakaś specjalna okazja, to robię ryby, makarony plus słodkie desery.*"

„*Placki z serem białym, uproszczona forma naleśników, ser zmiksowany w cieście naleśnikowym, trochę bardziej posłodzonym niż zwykle, posypane cukrem pudrem. Robiłem na śniadanie, ale wyszło tyle, że kolację też nimi ogarnę.*"

Makaron z krewetkami lub z owocami morza na wyjątkową okazję; choć niektórym się zdarza (ten z krewetkami) i bez okazji.

Sezonowo też dania grillowe:

„*Jak jest ciepło to często jem kolację z grilla. W zimę standardowo jem kanapki, łososia, piję herbatę z miodem, czasami kupuję gotową pizzę. Kolacja wyjątkowa to jak sama przygotuję krewetki. Często jem to samo, ale trochę zmodyfikowane, np. na kolację kanapki(raz z serkiem, innym razem z szynką).*"

Kolacja bardziej pożywna lub lżejsza - zależy kiedy był ostatni posiłek

Konsumenci 25-40 bez dzieci – przykłady

Może być bardziej pożywna jeśli obiad był wcześnie:

„Dzisiejsza kolacja na bogato z pełnoziarnistym i bułkami :)"

„Na kolację gotowany kalafior, następnie smażony w panierce (zblendowane jajka, 4 ząbki czosnku, mąka kokosowa, odrobina jogurtu greckiego, przyprawa gyros). Zjedzona podwójna porcja"

Lub lżejsza:

„Dziś na kolację jogurt grecki z konfiturą z moreli. Na dnie jest jeszcze musli"

„Kolacja mniej obfita sałatka z warzyw"

Lub bez kolacji:

„W tygodniu często nie jadam kolacji, gdyż obiad spożywam zwykłe koło 17 a czasem później. Czasem przegryzę sałatkę lub tortillę"

Kolacja taka, żeby smakowała dzieciom. Wciąż bardziej tradycyjnie

Konsumenci 25-40 z dziećmi – przykłady

Różne formy kanapek, warzywa, ser, wędliny:

„Kanapki z łososiem lub jajkiem, wędzoną, serem żółtym do tego ogórek, pomidor, rzodkiew"

„U mnie dziś sałatka ogórek mango surinimi sezam, sos sojowy sriraha i limonka"

A czasem coś na ciepło, zwłaszcza na życzenie dzieci (pizza, placki z jabłkami, etc):

„Dziś córka miała ochotę na pizzę. Pizza z salami parówka i cebula. Przegląd lodówki. Niestety spód kupiony gotowy ale i tak było pyszne"

„Kolacja zwłaszcza latem kiełbaska z ogniska bądź z grilla"

U starszych kolacja też jest najmniej wystandaryzowanym posiłkiem – mogą to być kanapki czy sałatka, ale też różne dania na ciepło

Konsumenci 25-40 z dziećmi – przykłady

„Na kolację dość często jemy parówki drobiowe. A na wyjątkową kolację podałabym owoce morza z jakąś sałatką."

„Kolacja: prostota; do tego wszystko własnej produkcji"

„Tortilla z sałatą lodową, pomidorem, szynką, żółtym serem i sosem sezamowym. Sos sezamowy gotowy z Biedronki - ostatnie moje odkrycie:))"

„Dzisiaj obiadokolacja. Spaghetti bolognese, mięsko, przecier pomidorowy, czosnek, bazylia, oregano, sól, i zamiast grana padano (nie miałam), jest mozarella."

„Wyjątkowa kolacja: owoce morza. Makaron i owoce morza to moje ulubione dania, dlatego tak często je przygotowuje."

„Kolację zazwyczaj przygotowuje syn, ostatnio są to dania kuchni indyjskiej"

Ale obiady różnią się między grupami wiekowymi. U najmłodszych jest bardzo różnorodnie. Kuchnia włoska, azjatycka, tradycyjna, fast-food – zależy, na co ma się ochotę

Konsumenci 18-25 – przykłady

Makarony i dania z ryżem:

*„Różnego rodzaju makarony oraz dania z ryżem. Ryż i makaron najczęściej na obiad, **bo robi się je najszybciej**. Często jest to głównie kwestia ugotowania makaronu. Jak chce się coś na szybko jest to dla mnie najlepszą opcją.*

*„**Krewetki** z warzywami i ryżem **w sosie curry**. Sos własnej roboty na bazie bulionu."*

*„**Leczo z pomidorami, cukinią, mięsem. Kocham makaron**! Z najróżniejszymi dodatkami, robię mniej więcej 2 razy w tygodniu - staram się wybierać żytni, czasem mam ochotę na pszenny, czasem mieszam."*

Czasem kuchnia tradycyjna:

*„Dzisiaj obiad **jak u mamy.** Gotowane ziemniaki, buraczki konserwowe z papryką i klopsy mielone z sosem koperkowym. **W weekend mam więcej czasu i czasem ktoś przyjedzie i ogólnie mam ochotę czasem na taki tradycyjny obiad."***

Czasem dania bardziej czasochłonne (nawet w tygodniu... jeśli akurat mają czas): domowe gnocci, pierogi z jagodami, placek po węgiersku

Fast-foody: zarówno te kupne, jak i domowej roboty czy „gotowce" z własnymi dodatkami:

***Źródło**: Eating Habits, badanie jakościowe, Ipsos 2021*

U starszych (25-40), ale bez dzieci dominują własne interpretacje różnych kuchni. Niekoniecznie z mięsem, ale najchętniej szybkie w przygotowaniu

Konsumenci 25-40 bez dzieci – przykłady

Najczęściej po prostu po swojemu:

„Mój dzisiejszy obiad. Często W tygodniu przygotowuje coś na ciepło i do zrobienia na szybko"

„Zupa tom kha - własna interpretacja"

„Staram się unikać węglowodanów i na co dzień nie jadać makaronów, ryżu, kasz czy ziemniaków, więc mój standardowy obiad to zazwyczaj pieczone mięso plus warzywa w różnej postaci"

„Nie ma u mnie czegoś takiego jak standardowy obiad. Lubię urozmaicać ten posiłek, przygotowuję dania zarówno z kuchni orientalnych, ale także meksykańskie czy włoskie. Kocham makarony i wołowinę"

Makarony, zapiekanki makaronowe …

„Makarony przygotowuje zarówno w tygodniu jak i w weekend. Można je przyrządzać na mnóstwo sposobów. Sprawdza się zarówno na obiad jak i na kolację"

„Zupę przygotowuję zazwyczaj jak mam troszkę więcej czasu. Przygotowuję bardzo różne zupy, zjadam je na obiad albo na kolację. Są świetne do zabrania do pracy"

Lub na mieście:

Tradycyjnie też może być:

„Prawdziwa zupka ogórkowa Świeżynka!"

Obiad rodzin z dziećmi to come back tradycyjnej kuchni polskiej. Bo smakuje dzieciom i wiadomo, że jest pożywna. Często gotuje się „pod dzieci”

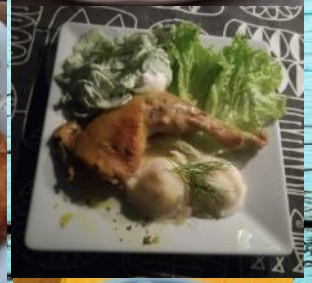
Konsumenci 25-40 z dziećmi – przykłady

Tradycyjnie: rosół, pomidorowa…

*„Jeśli chodzi o obiad to u syna **nie może zabraknąć rosołu**, i tu z czystym sumieniem mogę powiedzieć że jest to jego standard od lat i jeszcze mu się nie znudził”*

„Barszcz czerwony to ulubiona zupa moich domowników i moja :) Ma dużo żelaza i potrzebnych witamin”

I/lub drugie danie: ziemniaczki, mięso i surówka:



*„Często jest tak że **gotuję pod dziecko.** Moja córka nie jest aż tak skłonna do eksperymentowania w kuchni”*

*„Staram się przyrządzać **dania, które preferuje córka** - wtedy wiem że jest najedzona a my rodzice szczęśliwi że dziecko nie chodzi głodne ”*

Czasem zdrowa, **domowa** pizza

„Synek tylko schabowy lub filet z kurczaka bez ziemniaków, sałatek i warzyw”

Pierogi, placki, naleśniki, makarony, ryż z sosem:

I desery:

Z wiekiem pojawia się więcej zup, mięsa, ryb. Z jednej strony bardziej tradycyjnie, z drugiej – zaczyna się myśleć o zdrowiu

Konsumenci 40-65– przykłady

Mięsa (częściej: indyk i kurczak) oraz ryby… ale już nie zawsze z ziemniakami (jak to bywało kiedyś):

Pulpety z indyka w sosie serowym

Łopatka w czystym sosie

Różnego rodzaju zupy: krupnik, pomidorowa, klopsowa, rosół (choć tutaj: z ryby!), barszcz biały, „śmieciówka" (z tego, co było w lodówce), ale też: z soczewicy z tofu (bo córka wegetarianka…), czy zupa meksykańska.

W tygodniu, gdy mało czasu, pojawiają się też dania jednogarnkowe tj. leczo czy fasolka po bretońsku, a także zapiekanki.

I inne (placki ziemniaczane czy placek po węgiersku, naleśniki, spaghetti bolognese, lasagne, sezonowo: dania z grilla);

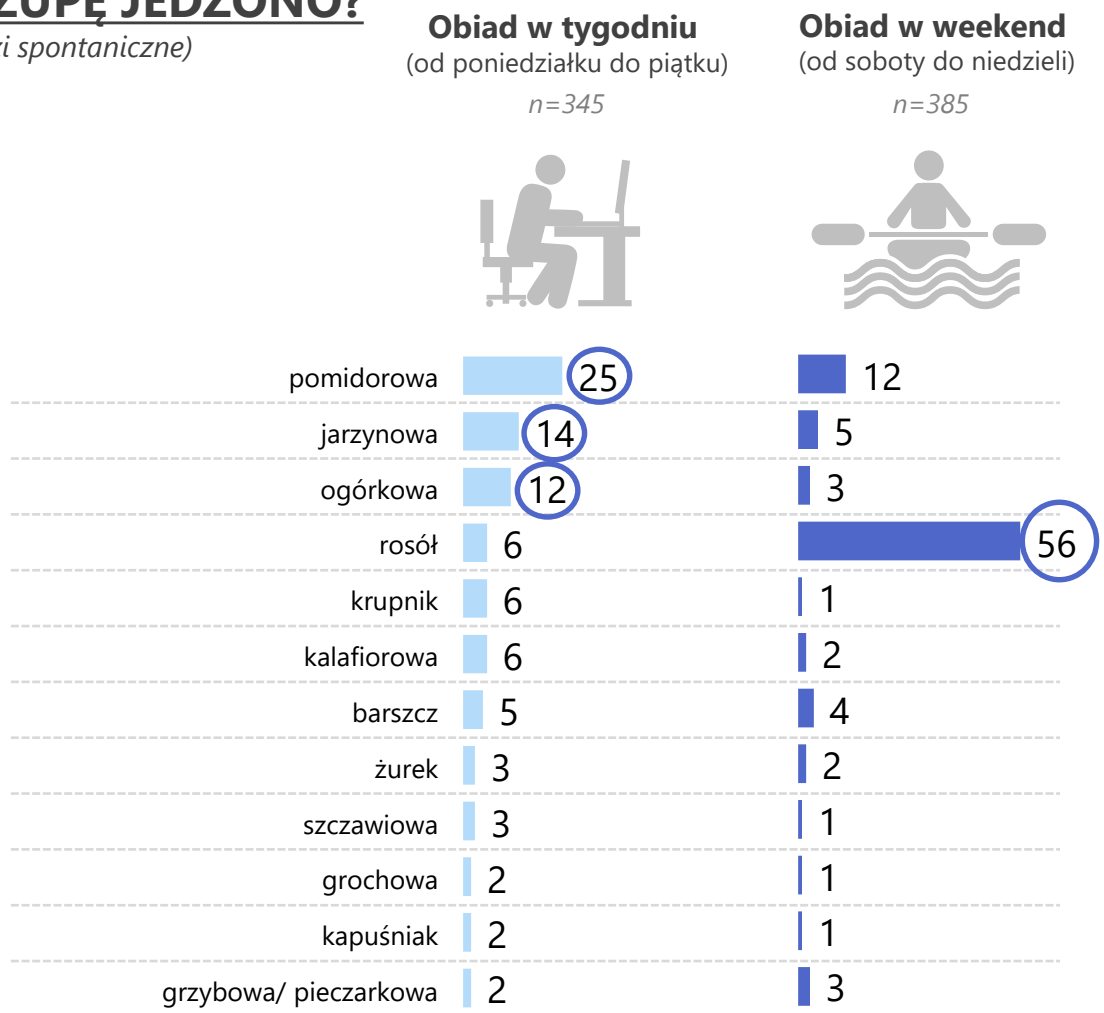
***Źródło**: Eating Habits, badanie jakościowe, Ipsos 2021*

Ale w niedzielę chętnie wracamy do tradycyjnych dań obiadowych.

W czasie niedzielnego obiadu lubimy wracać do rosołu…

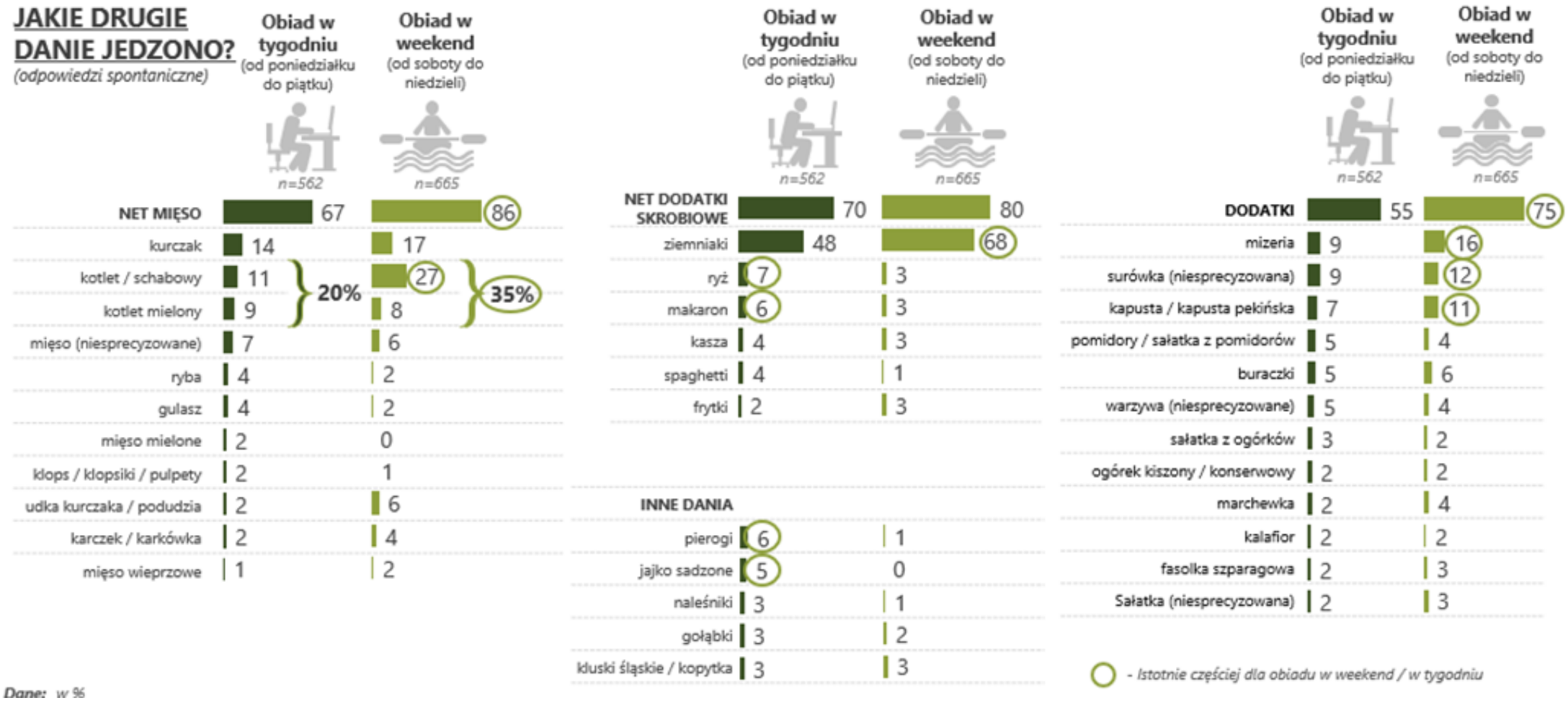
JAKĄ ZUPĘ JEDZONO?

(odpowiedzi spontaniczne)



Źródła: ***'Trendy w zwyczajach żywieniowych', Ipsos, 2017***
Pyt.: ***Ob1.*** *Co dokładnie Pan/i zjadł/a na ostatni obiad między poniedziałkiem a piątkiem?// w sobotę lub niedzielę? Proszę zaznaczyć wszystkie pasujące odpowiedzi.* ***Ob1b****. Gdzie Pan/i zjadł/a ten obiad?*
Baza*: (wszyscy): N=818. Wartości w %*

....kotleta, ziemniaków i mizerii

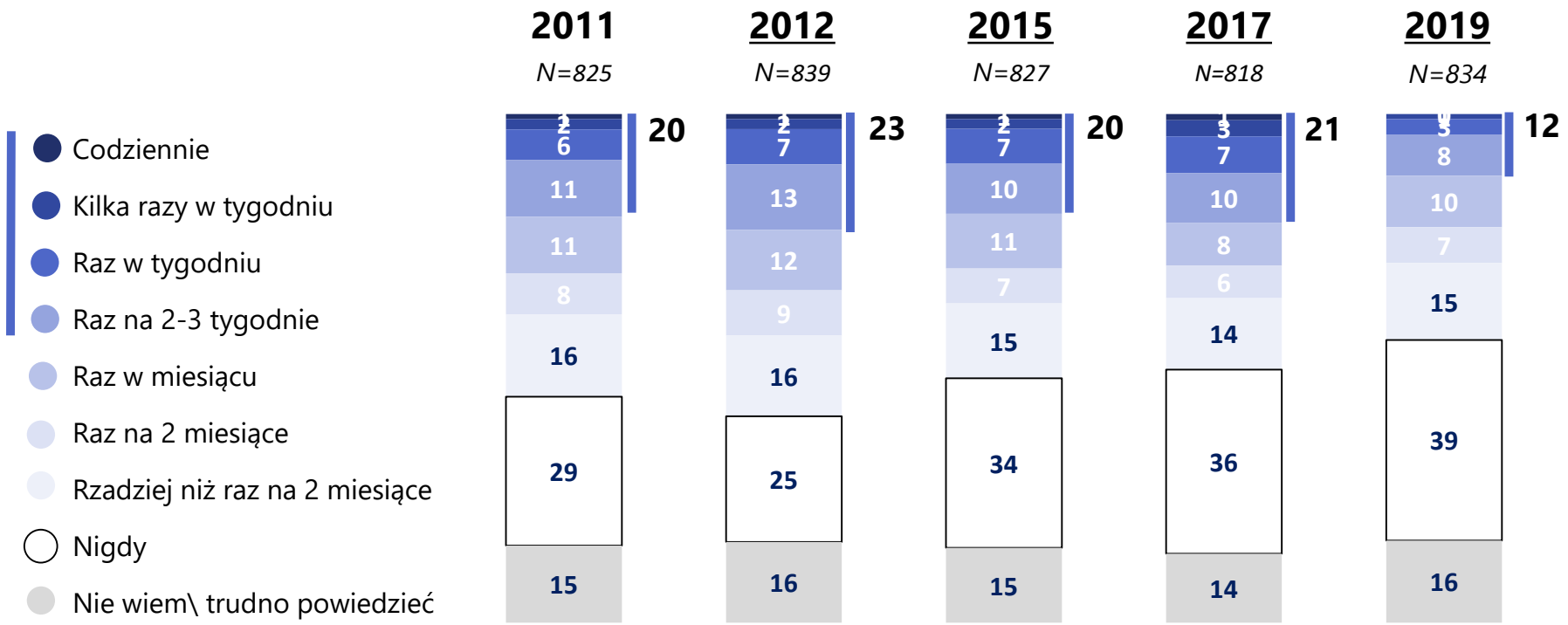


Dane: w %

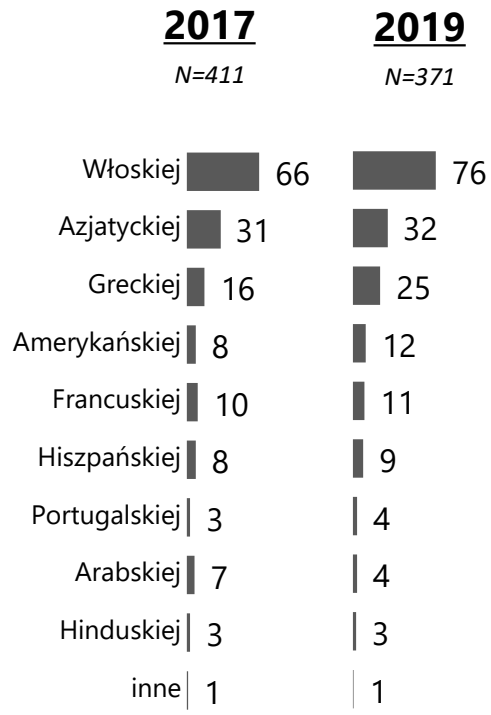
Źródła: ***'Trendy w zwyczajach żywieniowych', Ipsos, 2017***
Pyt.: ***Ob1.*** *Co dokładnie Pan/i zjadł/a na ostatni obiad między poniedziałkiem a piątkiem?// w sobotę lub niedzielę? Proszę zaznaczyć wszystkie pasujące odpowiedzi.* ***Ob1b****. Gdzie Pan/i zjadł/a ten obiad?*
Baza*: (wszyscy): N=818. Wartości w %*

Chociaż lubimy tradycyjną polską kuchnię, to od czasu do czasu porzucamy ją na rzecz kuchni zagranicznych

CZĘSTOTLIWOŚĆ PRZYGOTOWYWANIA DAŃ KUCHNI ZAGRANICZNYCH



Jakich kuchni?



Baza: ci którzy gotują dania kuchni zagranicznej (nie odpowiedzieli „nigdy" lub „trudno powiedzieć")

Dane: *w %*
Pyt.: *A13.3. Jak często, jeżeli w ogóle, w Pana(i) gospodarstwie domowym przygotowuje się potrawy z kuchni zagranicznej (np. kuchni włoskiej, francuskiej, chińskiej itp.)? A13.4 A potrawy jakich kuchni zagranicznych zdarza się Panu/i przygotowywać?* ***Baza****: Raport syndykatowy Ipsos 'Trendy w zwyczajach żywieniowych' 2019, Badanie odbyło się w domach respondentów i zostało zrealizowane przy użyciu komputerów (CAPI). Realizacja badania: Druga połowa lipca 2019. Próba: Ogólnopolska próba reprezentatywna (ze względu na: płeć, wiek, wykształcenie, region i wielkość miejscowości), osoby w wieku 15 lat i więcej, N=834*

Specjalne okazje, przyjmowanie gości to festiwal jedzenia:

- Z jednej strony dania popisowe (tradycyjne i nie);
- Z drugiej: podaje się łatwe do przyrządzenia przekąski, sałatki do jedzenia na stojąco.
- Można też po prostu coś zamówić.

W zasadzie tradycyjne dania są zarezerwowane na spotkania rodzinne. Ale i młodzi chętnie w niedzielę zjedzą rosół i gołąbki.

Teraz trochę inaczej podejmuje się gości, ale bardzo zależy to od typu spotkania oraz wieku jego uczestników

Kiedyś:

- **Stół suto zastawiony**, zawsze na tego typu spotkaniach było dużo jedzenia
- Na stołach podczas imprez domowych pojawiało się **więcej mięs** (golonka, schabowy), **wędlin, ciepłych dań** (bigos, gołąbki)
- Na deser: kawa i ciasto
- **Częściej pojawiał się alkohol wysokoprocentowy**
- U osób, które teraz są w średnim wieku, a wówczas **byli nastolatkami, „królowały" kiedyś chipsy i Coca-cola** (i była to kwestia wieku, a nie znak czasów… choć też wybór gotowych przekąsek na imprezy był dużo, dużo mniejszy)

„W tamtych czasach królowały golonki , schaby, gołąbki, kompot (i alkohol ;) . Dziś podajemy kilka sałatek, rybę albo indyka, do picia kwas chlebowy, cola, i wino; wpłynęło na to kilka czynników na raz: wzrost świadomości żywieniowej, Polacy zaczęli podróżować i jeść inne rzeczy, programy kulinarne w rozmaitych TV . Zmiany oceniam raczej pozytywnie, szczególnie umiarkowaną ilość alkoholi i ciężkich mięs na stołach."

Teraz:

- **Wciąż szykuje się dużo… chociaż wydaje się, że mniej, niż kiedyś**
- **To, co się serwuje jest bardzo zróżnicowane:**
  - **W przypadku części osób** (raczej: starsze pokolenia i spotkania rodzinne) **styl podejmowania gości tak bardzo się nie zmienił**, choć częściej stawia się na dania mniej czasochłonne
  - Raczej **mniej mięs, a więcej sałatek, dań na bazie makaronu, domowych wersji fast-foodów** (jak domowa pizza czy hamburgery), **ryb czy przekąsek** (tj. wrapy, hummus, deska serów, tortilla, przekąski z ciastem francuskim, itd..); tendencja jest taka, by serwowane dania były **lżejsze, ciekawsze** (można przygotować coś z innych kuchni czy zamówić sushi), koniecznie: **atrakcyjne wizualnie, ale też mniej czasochłonne** w przygotowaniu dla gospodarza;
  - **W grupie wiekowej 25-40 widać wyraźną zmianę zwyczajów w stronę przekąsek i dań jednogarnkowych**. Chodzi o zapewnienie gościom różnorodności (żeby każdy mógł wybrać to co mu smakuje), ale też o to, **żeby gospodarz** nie był zajęty podawaniem kolejnych dań, tylko by **mógł swobodnie uczestniczyć w imprezie**
- **Stawia się raczej na lżejsze alkohole** tj. wino czy piwo; deser czasem jest, czasem go nie ma (zależy od rozmachu imprezy)
- **Zdarza się przy takich okazjach też zamawiać jedzenie** (częściej: młodsi), np. sushi, pizzę czy burgery

„Robię mniej potraw, ale w większych ilościach. Staram się żeby każdy znalazł coś dla siebie. Czasem zapraszam znajomych po prostu na pizzę i piwo. Na imprezy, na które ja chodzę szykowane są często przystawki z ciasta francuskiego lub inne podobne przekąski, a do tego rożnego rodzaju lekkie sałatki np. pomidory, rukola, ser feta, oliwa i słonecznik."

*„Na imprezach z przyjaciółmi przygotowuję różne przekąski. Chodzi o to **żeby był wybór**. Ale też **żebym nie spędzała całej imprezy w kuchni przygotowując kolejne dania, tak jak to robiła moja mama**"*

Poza głównymi posiłkami pojawiają się domowe wypieki oraz bardziej wymyślne dania – na imprezy czy specjalne okazje

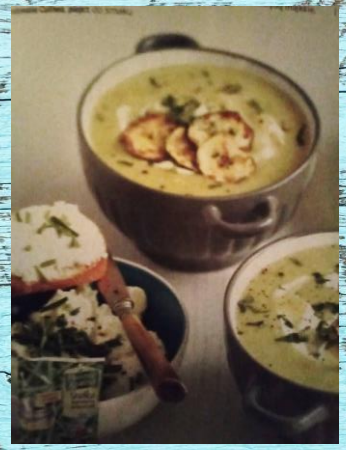
Przykłady: konsumenci młodsi (18-25 lat):

Domowej roboty pączki, jagodzianki, ciasto z rabarbarem: *„Pączki upieczone w dzień wolny od pracy, bo też akurat wpadali rodzice; pieczone pączki z domową konfiturą - są mniej tłuste, niż zwykłe, a równie smaczne."*

„Wyjątkowe okazje to urodziny, sylwester, różne imprezy. Często robię wtedy zapiekanki makaronowe, pizzę, sałatki, jakieś ładnie prezentujące się ciasta. U innych króluje często pizza, rollsy z dodatkami, warzywa z dipami i hummusem, sałatki."

Gdy przychodzą goście: domowej roboty pizza, domowe burgery (np. w wersji wege), makaron z kurczakiem czy krewetkami.

Przykłady: Konsumenci starsi(40+ lat):



Na specjalne okazje może być sushi (częściej zamawiane, niż robione samodzielnie), zupa-krem czy pieczona kaczka.
Z wypieków pojawiają zaskakujące wyglądem ciastka czy torty, a nawet: domowa baklava!

Konsumenci 25-40 zmieniają zwyczaje kulinarne związane ze specjalnymi okazjami. Na imprezach królują przekąski i dania jednogarnkowe. Chyba że przyjęcie jest dla rodziny – wtedy musi pojawić się też kuchnia polska

Przykłady: Konsumenci 25-40 lat:

Na spotkania z przyjaciółmi szczególnie **przekąski…**

„Najczęściej na spotkania z przyjaciółmi szykujemy grill i różne rodzaje drobnych przekąsek oraz sałatki. Każdy może wziąć na co ma ochotę. Jeśli zrobiłabym dwa czy trzy rodzaje mięs nie byłoby zbytniego wyboru. Zresztą do drinka czy piwka wygodniejsze są przekąski na dwa gryzy"

…oraz dania jednogarnkowe lub specjalność gospodarza:

„Wyjątkowo robię coś innego jak przyjeżdżają znajomi. Chcę ich zaskoczyć moja kreatywnością burgery to moja specjalność"

„Jeśli są to specjalne okazje w małym gronie lubię zrobić coś bardziej wykwintnego jak to risotto"

A jeśli przyjęcie dla rodziny to bardziej po polsku:

„W przypadku imprez rodzinnych jedzenie jest bardzo proste i pod każdy żołądek. Króluje polska kuchnia, a więc sałatki i mięsa"

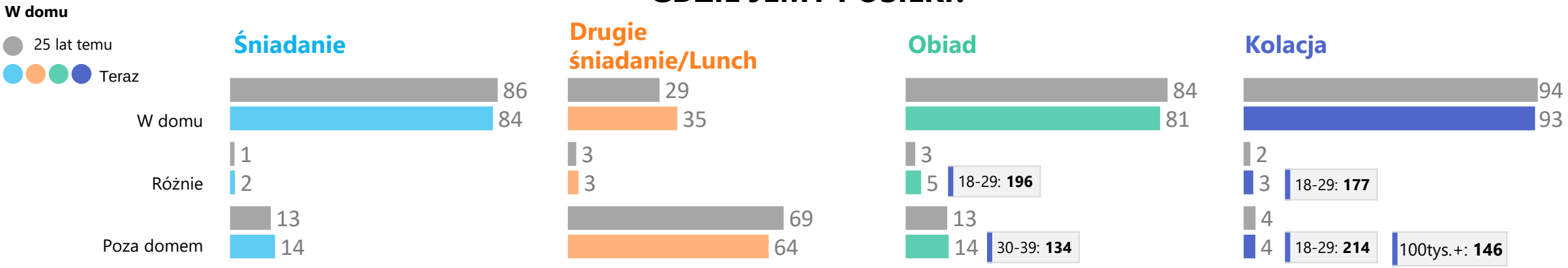
No i ciasta – o ile lubi się je piec:

Mówimy, że chcielibyśmy jeść razem…

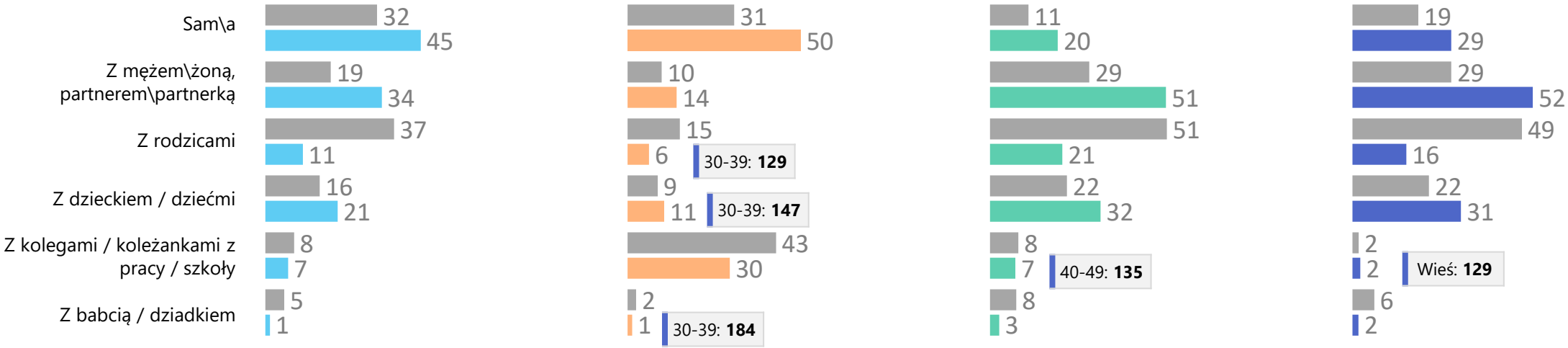
Ale faktycznie, na co dzień – nie bardzo wychodzi.

Trzy główne posiłki dnia, czyli śniadanie, obiad i kolacja, w przeważającej większości jadane są w domu, natomiast już drugie śniadanie/ lunch zwykle spożywamy poza domem – być może w szkole/ pracy. Posiłki jedzone w pierwszej połowie dnia, czyli śniadanie i drugie śniadanie/ lunch, są częściej jedzone samemu, natomiast obiad i kolacja raczej w towarzystwie – najczęściej partnerki/ partnera lub dzieci.

GDZIE JEMY POSIŁKI?



Z KIM JEMY POSIŁKI?



Dane: *w %*

Pyt.: *A5a. W jakim miejscu zazwyczaj spożywa Pan(i)...? A5b. W jakim miejscu zazwyczaj spożywał/a Pan(i)/ spożywało się / ... 25 lat temu? A6a. Z kim Pan/i zwykle jada posiłki? A6b. Z kim Pan/i zwykle jadał/a (jadało się) posiłki 25 lat temu?*

Baza*: Osoby które regularnie jedzą lub jedli 25 lat temu Sniadanie, N=1752/1323; Drugie śniadanie/Lunch; N=963/694; Obiad, N=1761/1326; Kolacje N=1637/1290*

Sposób, w jaki się jada jest bardzo indywidualny: czasem razem, czasem osobno, czasem przed laptopem, a czasem przy stole… nie ma reguły

*„50 lat temu wszyscy w kuchni razem jedli, czy w pokoju, pamiętam jak było u babci, a **teraz każdy je sam**. **Ziemniaki z mięsem to już razem jemy bardziej**, ale **córka, to tak jak młodzież teraz** - do późna siedzą i do późna śpią. **Chce jeść, albo nie chce, jak chce to sobie odgrzewa. Każdy weźmie talerz zupy i sobie idzie.** Ja na stole w pokoju jem, TVN24 albo Olimpiada teraz leci.. Żona lubi na kuchence jeść. Każdy ma swoje przyzwyczajenia "*

*„Posiłki jem raczej w towarzystwie partnerki. **W domu rodzinnym jada się zawsze razem**. Jem posiłki **zazwyczaj oglądając film lub serial**. Jadam w **salonie lub kuchni**. Jak **jemy razem z partnerką to oglądamy, jak wspólnie z innymi członkami rodziny to nie**. W kuchni zwykle jem rano śniadanie, a w salonie obiad"*

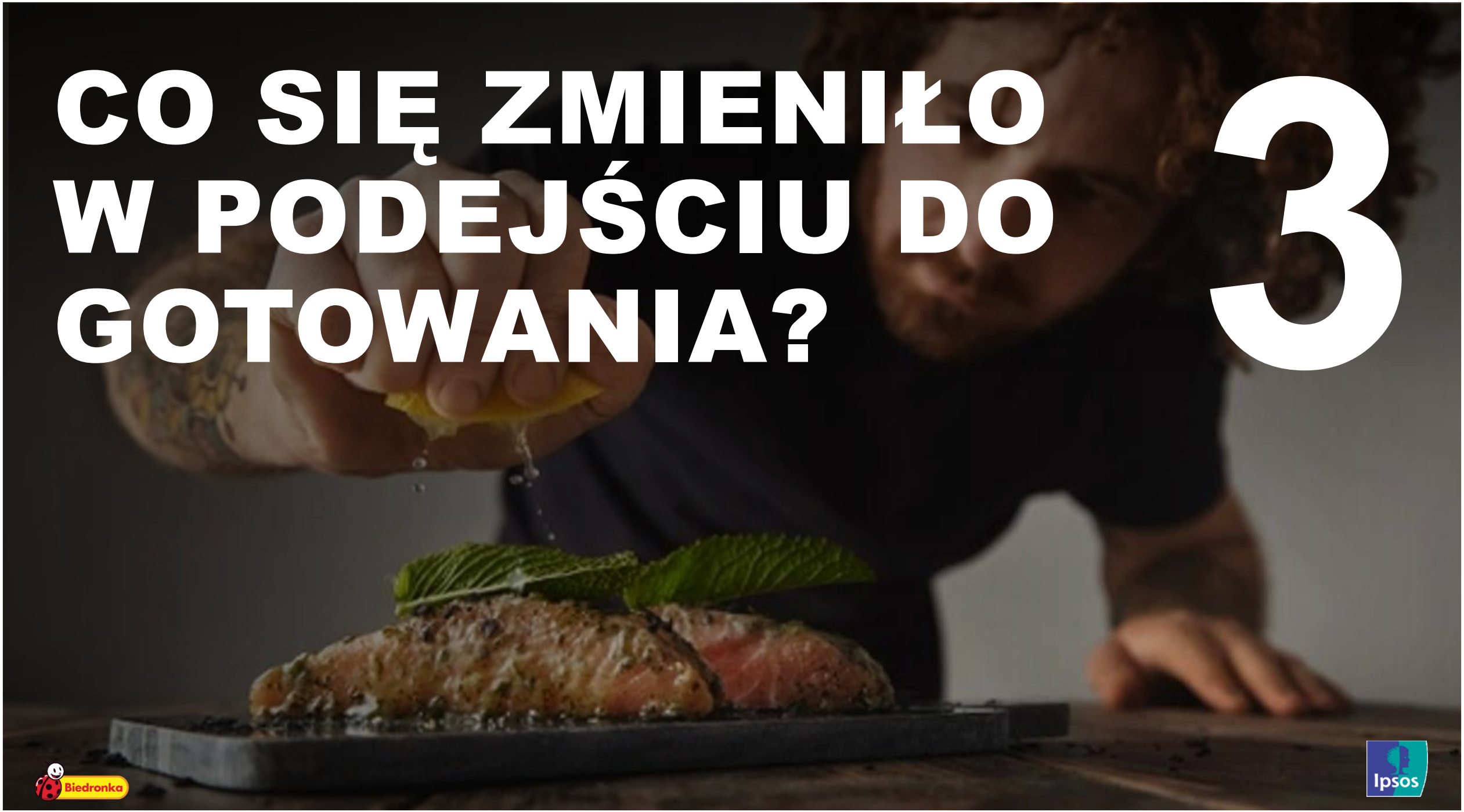
*„Śniadanie jadam z żoną, obiad przy komputerze lub z radiem, a kolację przed 18:00 - zazwyczaj z Netflixem. To jest dobre, że **obecnie nie ma już takiej presji do wspólnego zasiadania do stołu jak dawniej."***
***[…]** Lubię jeść. **Nie ma dla mnie większego znaczenia czy sam czy z kimś**. Kwestia sytuacji.*

***Śniadania jemy każdy osobno**, bo o różnej porze wychodzimy z mężem do pracy i **każdy je, co lubi**.*
Obiady lubię jeść z mężem**, o ile wracamy o podobnej porze. **Kolacje** różnie, często nie jemy, czasem wspólnie. **To najmniej zobowiązujący posiłek w moim domu.

- ✓ **Nie tylko to, co jemy indywidualizuje się, ale także zwyczaje żywieniowe → jada się tak, jak lubimy i jak nam jest najwygodniej** (podobnie jest z porami posiłków…)
- ✓ **Lubimy jeść w towarzystwie, ale często wychodzi tak, że jada się samemu** (w łóżku, przed laptopem, przed tv… niekoniecznie w kuchni: może być w pokoju / salonie z jadalnią lub przy stole kawowym / na tarasie); domownicy często nie jedzą razem w tym samym czasie;
- ✓ Młodsi: lubią jeść ze współlokatorami / partnerem, znajomymi, zapraszać do siebie osoby na jakieś jedzenie lub razem z nimi wyjść coś zjeść na mieście;
- ✓ Starsi (40+): chcą, by choć jeden posiłek w ciągu dnia (lub: w weekend, jeśli dzieci już się wyprowadziły) był zjedzony razem (z mężem / żoną / dziećmi) i spędzony na rozmowie; kiedyś takich okazji było więcej;
- ✓ **W grupie wiekowej 25-40 można zauważyć znacznie swobodniejsze podejście** wobec wspólnego spożywania posiłków. Większość woli jeść w towarzystwie, ale zróżnicowany styl życia domowników sprawia, że nie mają problemu z tym, że często każdy jada posiłki oddzielnie. **Zwłaszcza mężczyźni cenią sobie brak presji** na wspólne spożywanie posiłków, którą pamiętają z domu rodzinnego.

CO SIĘ ZMIENIŁO W PODEJŚCIU DO GOTOWANIA?

3



Gotowanie stało się modne, a social media dają możliwość pochwalenia się własnoręcznie przygotowanym posiłkiem – albo daniem w restauracji

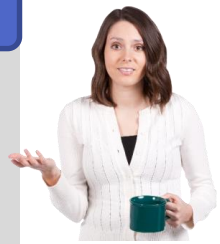
Inspiracje do gotowania czerpie się z internetu, od znajomych… ale inspirować może też Biedronka

Social media, internet

- ✓ www.kwestiasmaku.com
- ✓ www.mojewypieki.com
- ✓ www.aniagotuje.pl
- ✓ www.winiary.pl
- ✓ www.biedronka.pl/przepisy
- ✓ www.natashaskitchen.com
- ✓ www.przepisy.pl
- ✓ www.kukbuk.pl
- ✓ www.jadlonomia.pl
- ✓ https://olalalchf.pl/,
- ✓ FB: Pyszności
- ✓ Instagram (Wrzosek, Anna Lewandowska)
- ✓ TikTok, YouTube
- ✓ Diety sportowców
- ✓ Google – wyszukiwanie po nazwie (np. „perliczka po staropolsku")

TV

- ✓ Masterchef
- ✓ Kuchenne rewolucje
- ✓ Makłowicz
- ✓ Okrasa
- ✓ Swojskie jedzenie
- ✓ programy śniadaniowe



„Przepisy z Biedronki uwielbiam …Ładne zdjęcie dania, dobrze wyjaśnione krok po kroku co robić i jak długo to czasu zajmie. A dania pierwsza klasa. Dużo rzeczy już z tych przepisów robiłam. Kiedyś to były w formie ulotki teraz są w gazetce."

przepisy

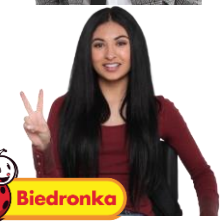
- ✓ Sklepy – oferta, promocje, gazetki z przespisami
- ✓ Thermomix

Dania, smaki

- ✓ Znajomi, dzieci
- ✓ Restauracje

„Pomysły czerpię zarówno z internetu, blogów https://aniagotuje.pl/, https://www.kwestiasmaku.com/, Ani Starmach https://aniastarmach.pl/ , jak i z wizyt w restauracjach czy pobytów na zagranicznych wakacjach. Gdy coś mi posmakuje od razu wyszukuję przepis w Internecie. Gdy szukam przepisu patrzę nie tylko na składniki i ich jakość, sposób przygotowania, ale także na zdjęcie potrawy. Musi być kolorowe i dobrej jakości"

„Dużo czerpię z Tik Toka, jest tam wielu twórców np. paapaajka, która ma bardzo zróżnicowane przepisy. (…) Oni w ciągu minuty potrafią przekazać cały przepis jest to bardzo wygodna i szybka forma do odtworzenia. Po obejrzeniu kuchennych rewolucji zrobiłem pierogi ruskie, pani Magda podała przepis na ciasto które wyszło super."



„Zrobiłam pizzę z pesto, bo byłam u mojej kuzynki i ona coś takiego przygotowała. Teraz taka zielona pizza bardziej mi smakuje, niż ta standardowa. Zamiast sosu na bazie pomidorów, smaruję ciasto gotowym pesto (najlepsze pesto w arrefourze :P)"

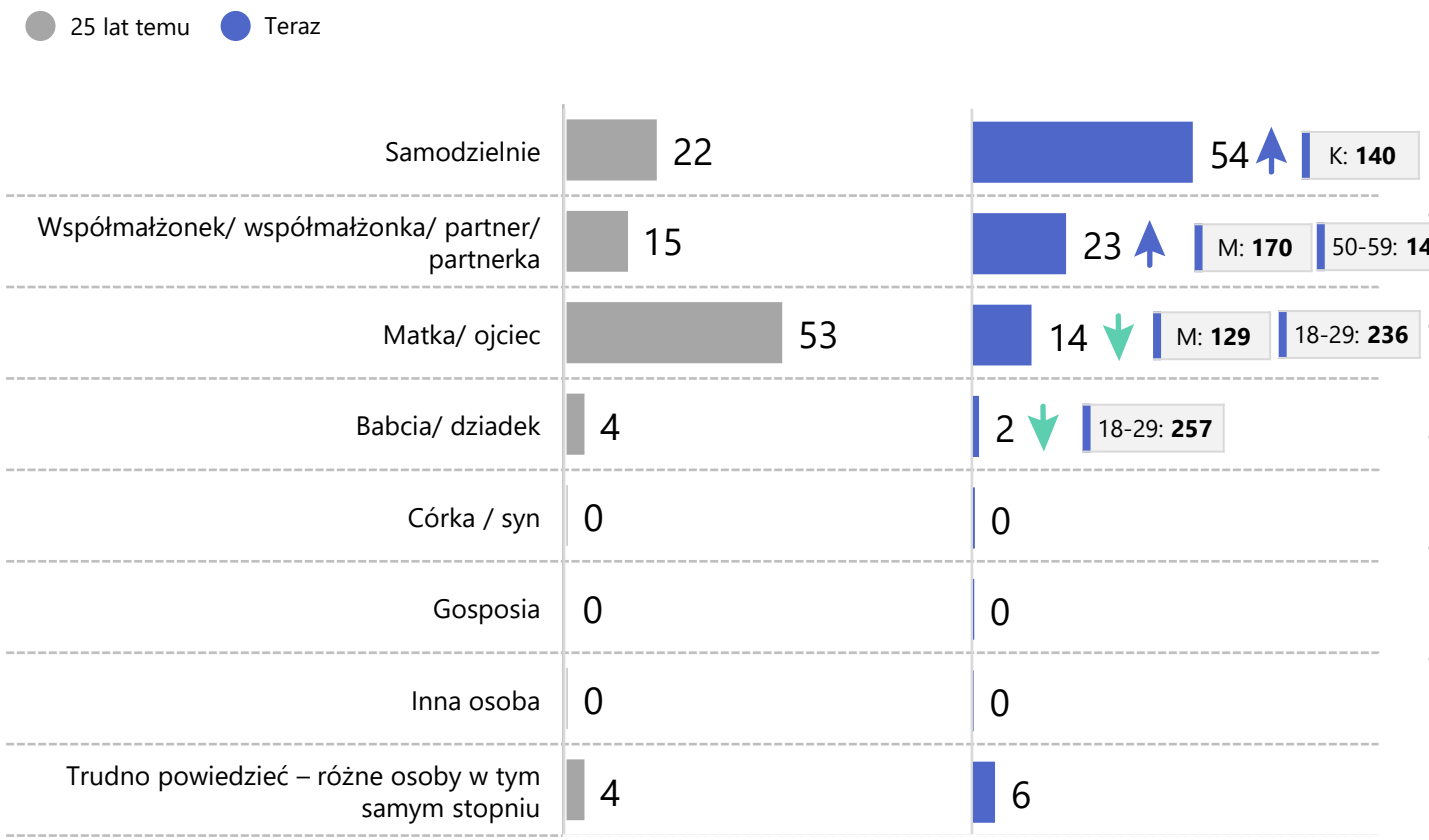
„Dużo pomysłów czerpałam też z gazetki „Moje smaki życia", które ukazywały się kiedyś co miesiąc w Biedronce. Bardzo, bardzo żałuję, że już nie ma tej gazetki. Była bardzo starannie wydawana, a przepisy w niej zawarte: znakomite. Czasem zaglądam do internetu, ale nigdy nie wiem co z tego wyjdzie. Internet, to przeważnie strona Kwestia smaku. Sporo ciekawych przepisów jest też na stronie Winiar. Jednak moją ulubioną stroną jest strona z przepisami Biedronki."

„Dużo się ruszam i staram się zdrowo odżywiać, śledzę diety i przepisy sportowców: Karoliny Kowalkiewicz, Grzegorza Sobieszka (głównie kuchnia vege), Justyny Haby."

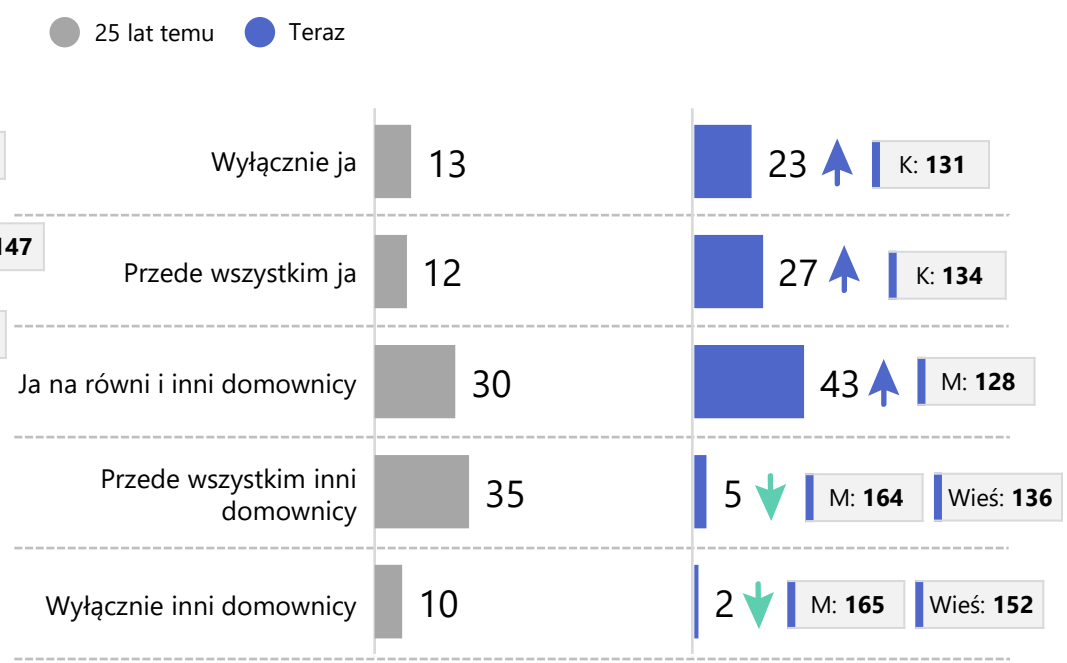
Za wyżywienie polskiej rodziny nadal w zdecydowanej mierze odpowiadają kobiety

Ponad połowa Polaków samodzielnie przygotowuje posiłki w swoim domu, jednak 1 z 4 osób przyznaje, iż częściej zajmuje się tym jej/jego partner(ka). Decyzje o domowym jadłospisie podejmowane są podobnie często kolegialnie co indywidualnie. Odpowiedzialność za wymyślenie menu i przygotowanie posiłków zdecydowanie częściej spoczywa na kobietach niż mężczyznach. Mężczyźni częściej uczestniczą w etapie planowania niż realizacji.

OSOBA GOTUJĄCA W DOMU



OSOBY DECYDUJĄCE O JEDZENIU



Dane: *w %*
Pyt.: *H6a. Kto w Pana(i) gospodarstwie domowym najczęściej przygotowuje posiłki? H6b. Kto w Pana(i) gospodarstwie domowym najczęściej przygotowywał posiłki 25 lat temu? H9a. Kto w Pana/Pani gospodarstwie domowym ma decydujący wpływ na to, co będą Państwo jedli? H9b. Kto w Pana/ Pani gospodarstwie domowym miał decydujący wpływ na to, co będą Państwo jedli 25 lat temu?*
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003, Respondenci w wieku >30 lat: n=1545*

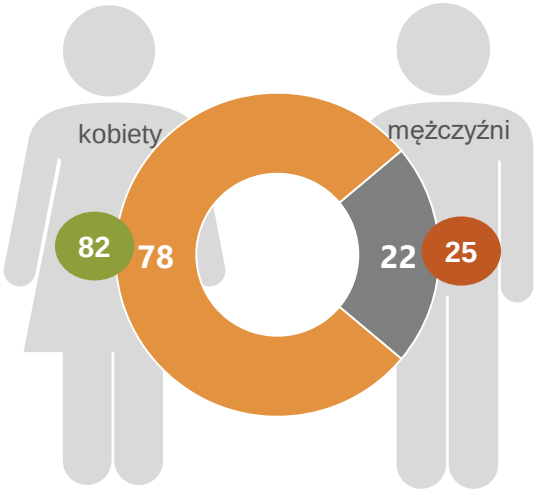
Wartość istotnie wyższa/niższa niż 25 lat temu (przedział ufności 95%)

Niezmiennie również w polskich domach za przygotowywanie gorących posiłków odpowiedzialne są (w ogromnej większości!) kobiety i częściej osoby starsze niż młodsze.

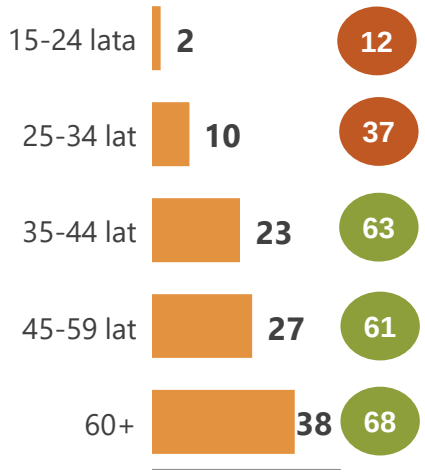
KTO JEST ODPOWIEDZIALNY ZA PRZYGOTOWYWANIE GORĄCYCH POSIŁKÓW W DOMU?

Opis osób, które odpowiedziały „wyłącznie ja" lub „przede wszystkim ja"

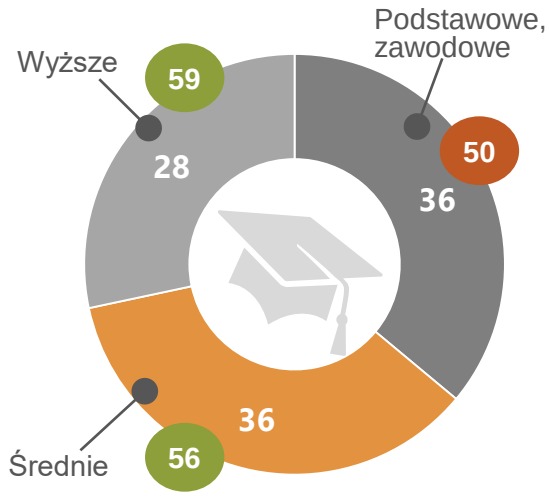
PŁEĆ



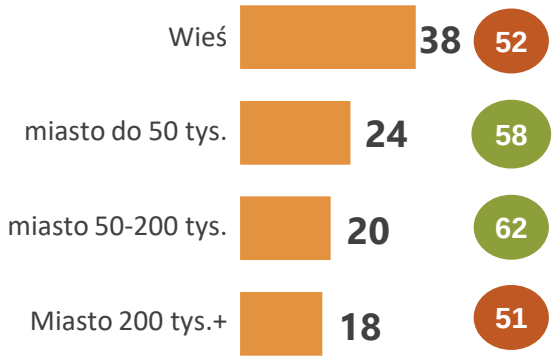
WIEK



WYKSZTAŁCENIE



MIEJSCE ZAMIESZKANIA

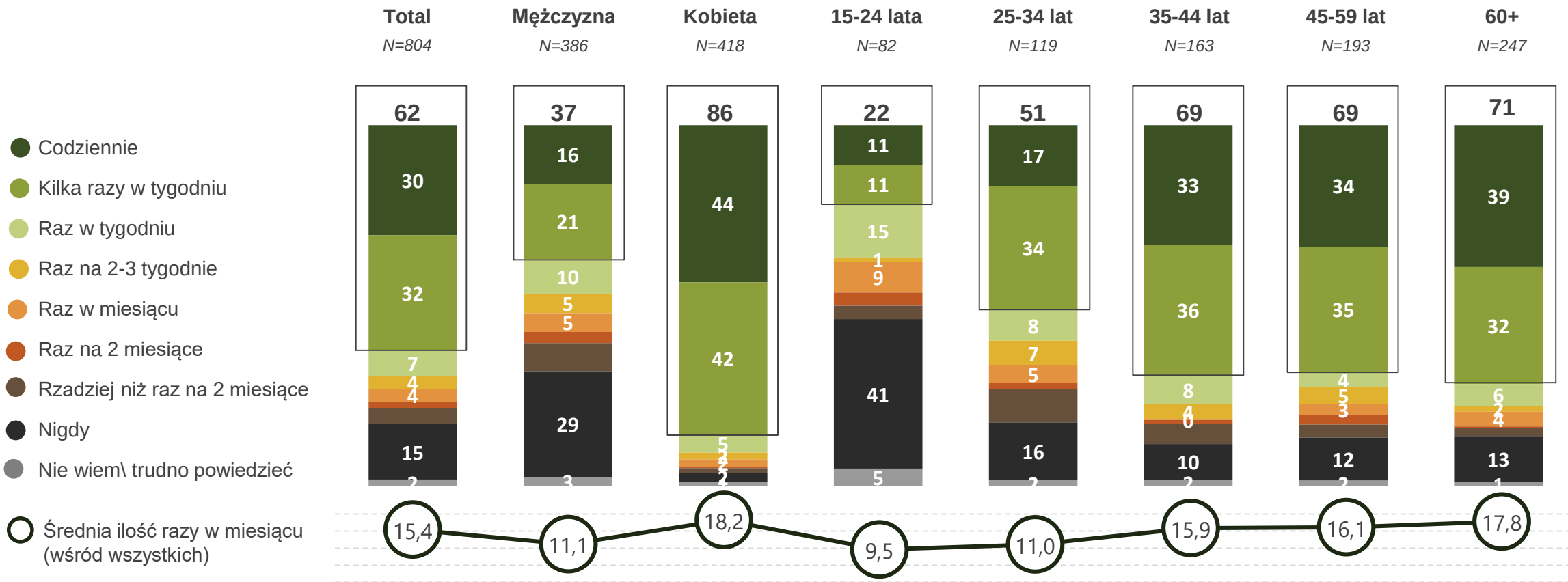


75 18 - Odsetek osób w danej grupie (czyli np. wśród kobiet) które odpowiedziały „*„wyłącznie ja" lub „przede wszystkim ja".*
Na czerwono mniejszy od średniego, na zielono większy.

Źródło: *Raport syndykatowy Ipsos 'Trendy w zwyczajach żywieniowych' 2019, Badanie odbyło się w domach respondentów i zostało zrealizowane przy użyciu komputerów (CAPI). Realizacja badania: Druga połowa lipca 2021. Próba: Ogólnopolska próba reprezentatywna (ze względu na: płeć, wiek, wykształcenie, region i wielkość miejscowości), osoby w wieku 15 lat i więcej;* ***Pyt.:*** *A13e. Kto w Pana(i) gospodarstwie domowym jest odpowiedzialny za przygotowywanie gorących posiłków w domu?*
Baza*: respondenci, którzy odpowiedzieli „wyłącznie" + „przede wszystkim ja", n=441*

Aż 86% kobiet gotuje co najmniej kilka razy w tygodniu gorące posiłki, vs 37% mężczyzn (średnio 18 razy w miesiącu vs 11). Częstotliwość gotowania rośnie wraz z wiekiem.

JAK CZĘSTO GOTUJEMY GORĄCE POSIŁKI?



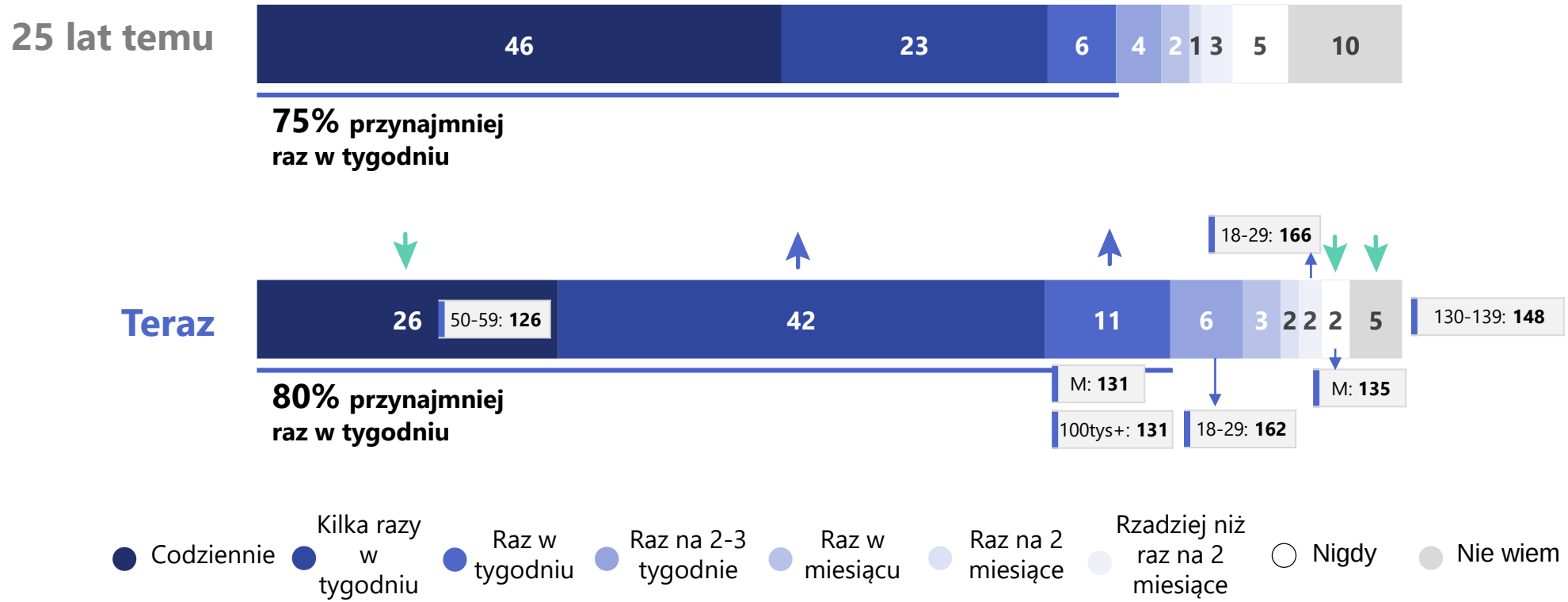
Źródło: *Raport syndykatowy Ipsos 'Trendy w zwyczajach żywieniowych' 2019, Badanie odbyło się w domach respondentów i zostało zrealizowane przy użyciu komputerów (CAPI). Realizacja badania: Druga połowa lipca 2021. Próba: Ogólnopolska próba reprezentatywna (ze względu na: płeć, wiek, wykształcenie, region i wielkość miejscowości), osoby w wieku 15 lat i więcej;* ***Pyt.:*** *A13f. Jak często Pan(i) osobiście przygotowuje gorące posiłki w domu?*
Baza*: wszyscy respondenci, n=804*

Ciągle podstawą żywienia jest samodzielne gotowanie w domu.
Ale jednak robimy to rzadziej.

Ułatwiamy sobie życie i skracamy czas spędzany w kuchni – coraz odważniej korzystamy z półproduktów, zamawiamy jedzenie do domu.

80% Polaków przygotowuje obiad od podstaw przynajmniej raz w tygodniu. 25 lat temu ten odsetek był porównywalny, jednak wtedy gotowanie codziennie było zdecydowanie bardziej powszechne: prawie połowa Polaków gotowała obiady od podstaw każdego dnia.

GOTOWANIE W DOMU (BEZ DAŃ GOTOWYCH I PÓŁPRODUKTÓW)



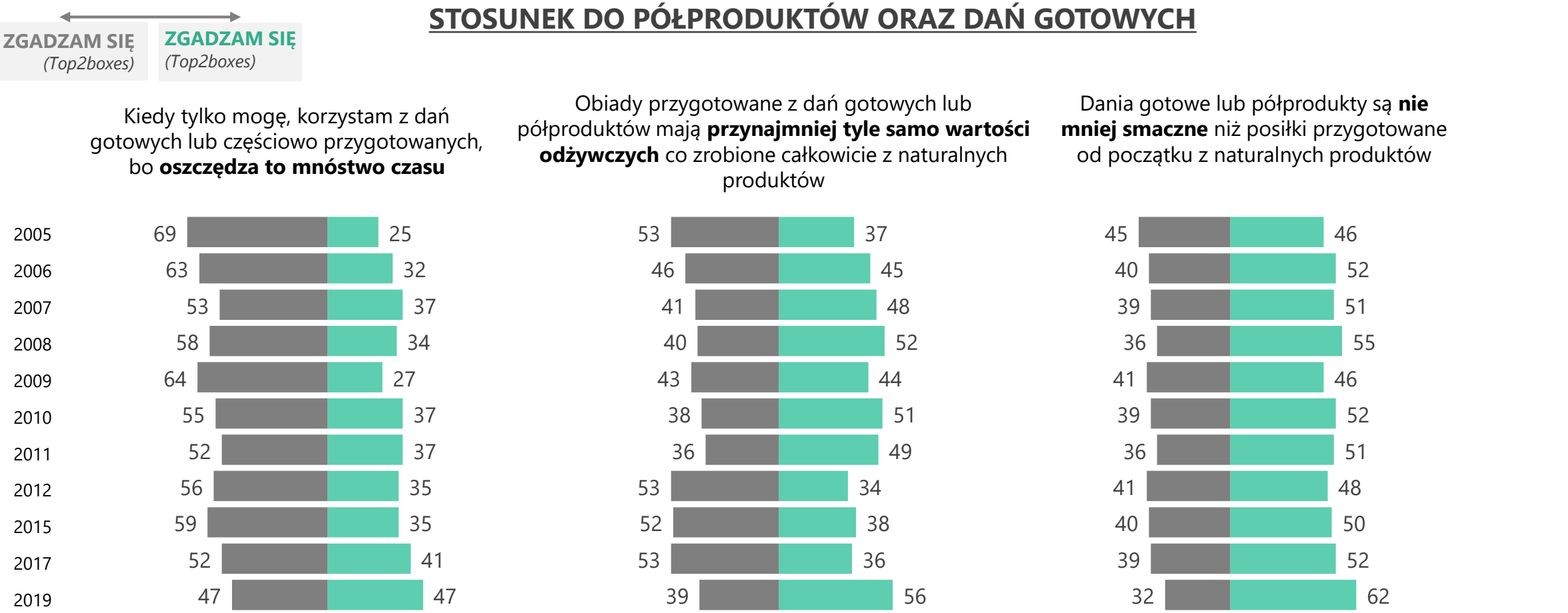
Dane: *w %*
Pyt.: *H4a. Jak często, jeżeli w ogóle, w Pana(i) domu przygotowuje się obiad od początku, bez użycia dań gotowych i półproduktów takich jak np. zupy w proszku, fixy, sosy w słoikach, gotowe dania mrożone? H4b. 25 lat temu, jak często, jeżeli w ogóle, w Pana(i) domu przygotowywało się obiad od początku, bez użycia dań gotowych i półproduktów takich jak np. zupy w proszku, fixy, sosy w słoikach, gotowe dania mrożone?*
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003, Respondenci w wieku >30 lat: n=1545*

Wartość istotnie wyższa/niższa niż 25 lat temu (przedział ufności 95%)

Cenimy sobie wygodę i czas, a ponadto na przestrzeni lat poprawiło się ogólne zdanie Polaków o półproduktach i daniach gotowych

STOSUNEK DO PÓŁPRODUKTÓW ORAZ DAŃ GOTOWYCH

NIE ZGADZAM SIĘ *(Top2boxes)* ← → ZGADZAM SIĘ *(Top2boxes)*



Dane: *w %*
Pyt.: *IPSOS 2019 Pyt.: OM01. Proszę przeczytać różne stwierdzenia dotyczące odżywiania. O każdym z nich proszę powiedzieć, czy pasuje ono do Pana(i), czy też nie pasuje, tym razem na skali 1-4, gdzie 1=zdecydowanie nie a 4=zdecydowanie tak, Baza: wszyscy respondenci, n=818 A14.1b. A jak często, jeżeli w ogóle w Pana(i) domu przygotowuje się obiad za pomocą dań gotowych i półproduktów takich jak np. zupy w proszku, fixy, sosy w słoikach, gotowe dania mrożone?*
Baza*: Raport syndykatowy Ipsos 'Trendy w zwyczajach żywieniowych' 2019, Badanie odbyło się w domach respondentów i zostało zrealizowane przy użyciu komputerów (CAPI). Realizacja badania: Druga połowa lipca 2019. Próba: Ogólnopolska próba reprezentatywna (ze względu na: płeć, wiek, wykształcenie, region i wielkość miejscowości), osoby w wieku 15 lat i więcej, N=834*

Dania gotowe stają się coraz bardziej popularne, bo konsumenci doceniają poprawę ich jakości, smaku i składu

Konsumenci cenią dania gotowe, ponieważ **stanowią one szybkie i łatwe rozwiązanie w sytuacji braku czasu** na samodzielne przygotowanie posiłku:

- Kupują je na bieżąco na obiad danego dnia lub mają w zapasie w domu „na wszelki wypadek", czasem stanowią one obiad do pracy

Szczególnie cenione są dania bezmięsne – np. **pierogi, kluski, mrożone warzywa – oprócz tego, że są smaczne, to również są uważane za wyższej jakości i bardziej naturalne**, nie wymagające tak wielu konserwantów i ulepszaczy jak dania mięsne.
Pierogi są kupowane także ze względu na to, że własnoręczne przygotowanie jest bardzo pracochłonne.
Zdarza się czasem też sięgnąć po gotową pizzę czy rzadziej: lazania np. na kolację (smak „wygrywa", na skład się nie patrzy).

Choć konsumenci są przekonani, że samodzielnie przygotowane dania są lepszej jakości to **zauważają istotną poprawę smaku i składu dań gotowych.** Część z nich nadal jest przeciętnej jakości, ale ta półka się mocno rozrosła i dużo jest takich, które są mniej przetworzone i mają ten skład lepszy (a konsument ma wybór!).

Dla konsumentów nie korzystających z dań gotowych, **barierą jest przekonanie o ich wysokim stopniu przetworzenia** i zawartości sztucznych dodatków. Niesatysfakcjonujący skład przypisuje się ogólnie „gotowym daniom", niezależnie od kategorii

***Gotowe dania mają już inną jakość**. Wiele z nich ma bardzo dobry smak i dorównują domowym*

*Kupuję gotowe dania, tym bardziej że część z nich ma obecnie **bardzo dobry skład:** nie mają żadnych sztucznych dodatków, przedłuża się ich trwałość w naturalny sposób. Choćby zupy czy dania wegetariańskie w Biedronce. Mięsnych nie kupuję bo składają się głównie z dodatków do żywności, albo MOMu*

*Uważam że gotowe dania są **mniej zdrowe i mniej smaczne.***

*Kupuję w Biedronce różne gotowe dania. **Skład dobry i w smaku też** i dzięki temu można zaoszczędzić czas. **Jakość uległa poprawie bo ludzie zwracają na to uwagę.***

*W przypadku gotowych dań dokonała się też pewna **rewolucja**. Są one **lepszej jakości, mają dobry skład**, są **smaczne i nie strach je kupować**. Jest tego **większy wybór i nie wszystkie „gotowizny" są złe**.*

W dążeniu do wygody, szybkości i różnorodności – ale także zdrowego przyrządzania posiłków, pomagają także urządzenia kuchenne.

Jeśli tylko jest miejsce – w kuchniach znajdziemy roboty kuchenne, różne rodzaje garnków, patelni, urządzenia do robienia soków, zup.

W kuchni pojawiły się nowe sprzęty: przyspieszające i ułatwiające gotowanie oraz podnoszące walory smakowe i odżywcze potraw

- ✓ **Garnki/ patelnie do przygotowywania dań specjalnych** (**smażenie bez tłuszczu**, gotowanie na parze, patelnie grillowe, do smażenia jajek, do dań azjatyckich…)
- ✓ **Blendery** (do przygotowywania zup kremów, smoothies i wielu innych), malaksery, maszynki elektryczne do mielenia mięsa
- ✓ **Wyciskarki do soku,** suszarka do grzybów czy owoców
- ✓ **Thermomixy, szybkowary, ale i wolnowary** (gdzie mięso długo dusi się we własnym soku)
- ✓ **Gotowanie na zewnątrz**: na kociołku, lub pieczenie na grillu
- ✓ **Gofrownice, tostery, jajowary –** wykorzystywanie najczęściej w kontekście śniadań
- ✓ **Inteligentne piekarniki czy lodówki** (np. z kostkarką)
- ✓ **Mikrofalówki** (choć na nie była „moda" dekadę czy dwie temu… teraz – rzadziej w użytku)
- ✓ **Frytkownice** – choć obecnie raczej w odwrocie ze względu na dużą ilość tłuszczu koniecznego do smażenia
- ✓ **Maszyny do pieczenia chleba**
- ✓ **I inne…**

Thermomix

Jajowar

Opiekacz

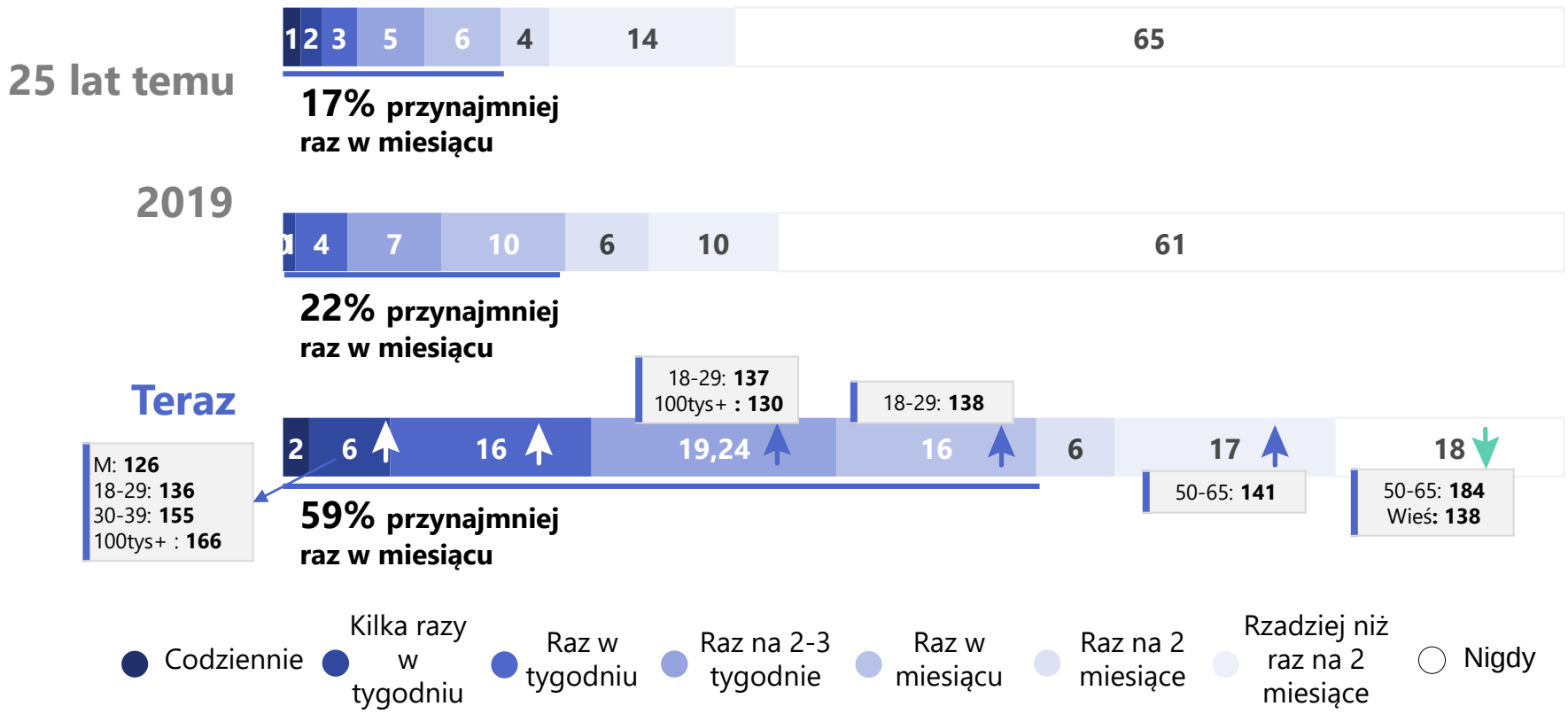
Suszarka do grzybów / owoców

Lodówka z kostkarką, piekarnik, mikrofala (ale rzadko używana)

Blender, robot kuchenny

W kwestii zamawiania jedzenia do domu widać znaczącą różnicę pomiędzy obecną sytuacją a tą przed 25 laty. Obecnie zdecydowanie częściej zamawia się jedzenie – trend ten znacząco zmienił czas pandemii.

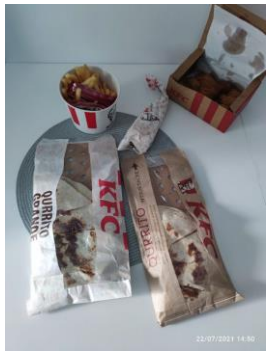
JAK CZĘSTO ZAMAWIAMY POSIŁKI DO DOMU?



Dane: *w %*
Pyt.: *C1a. Jak często zamawia Pan(i) gotowe posiłki do domu? C1b. Jak często zamawiał/a Pan(i) / zamawiało się gotowe posiłki do domu 25 lat temu?; A15.1. Jak często zamawia Pan(i) gotowe posiłki do domu (typu pizza, chińszczyzna)?*
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003, Respondenci w wieku >30 lat: n=1545; Ipsos 'Trendy w zwyczajach żywieniowych' 2019, N=834*

Wartość istotnie wyższa/niższa niż 25 lat temu (przedział ufności 95%)

Zamawianie jedzenia do domu spopularyzowały aplikacje, a ostatnio: pandemia



- **Zamawianie do domu sprawdza się w określonych sytuacjach**:
  - **Na obiad/ kolację, gdy nie ma się czasu na gotowanie czy wyjście**, a chce się zjeść coś bardziej treściwego (częściej: młodsi); co ciekawe: dwudziestolatkowie mogą zamówić w tej sytuacji także jedzenie fast-foodowe;
  - **Gdy wpadają znajomi/ jest „domówka" i wspólnie zamawia się jedzenie** (alternatywa dla szykowania jedzenia na takie spotkanie; również: raczej młodsi); wówczas wybór częściej pada na pizzę/ burgery;
  - **Gdy jest jakaś rodzinna okazja/ spotkanie** → np. sushi (jako coś bardziej extra);
  - **W pandemii: zamawianie jedzenia zastępowało wychodzenie do restauracji**, więc popularność tej formy wzrosła (choć teraz ponownie: częściej się wychodzi).

- **Starsi (40+) zamawiają zdecydowanie rzadziej** (lub prawie wcale), niż młodsi (20+), **ale jak już to robią: ich wybory są zbliżone do tego, co zamawiają 20- czy 30-latkowie** (kuchnia gruzińska, włoska, azjatycka, meksykańska… a więc podobna do tej, którą jada się w restauracjach).

- **Zamawianie jedzenia (czy jedzenie w restauracjach), silne uzależnione jest od lokalizacji** → tak więc te zwyczaje żywieniowe (czy ich zmiana) dotyczy raczej mieszkańców dużych i średnich miast, które mają bardziej rozwiniętą infrastrukturę restauracyjną.

„Kiedyś tak nie zamawiałem, teraz zamawiam częściej przy spotkaniach ze znajomymi lub po prostu, kiedy nie mam czasu zrobić obiadu czy kolacji. Głównie zamawiam "domowe" obiady, schabowy itp. lub pizzę czy burgery ze znajomymi; czasami korzystam z aplikacji np. Glovo czy Ubereats, ale mam też ulubione restauracje."

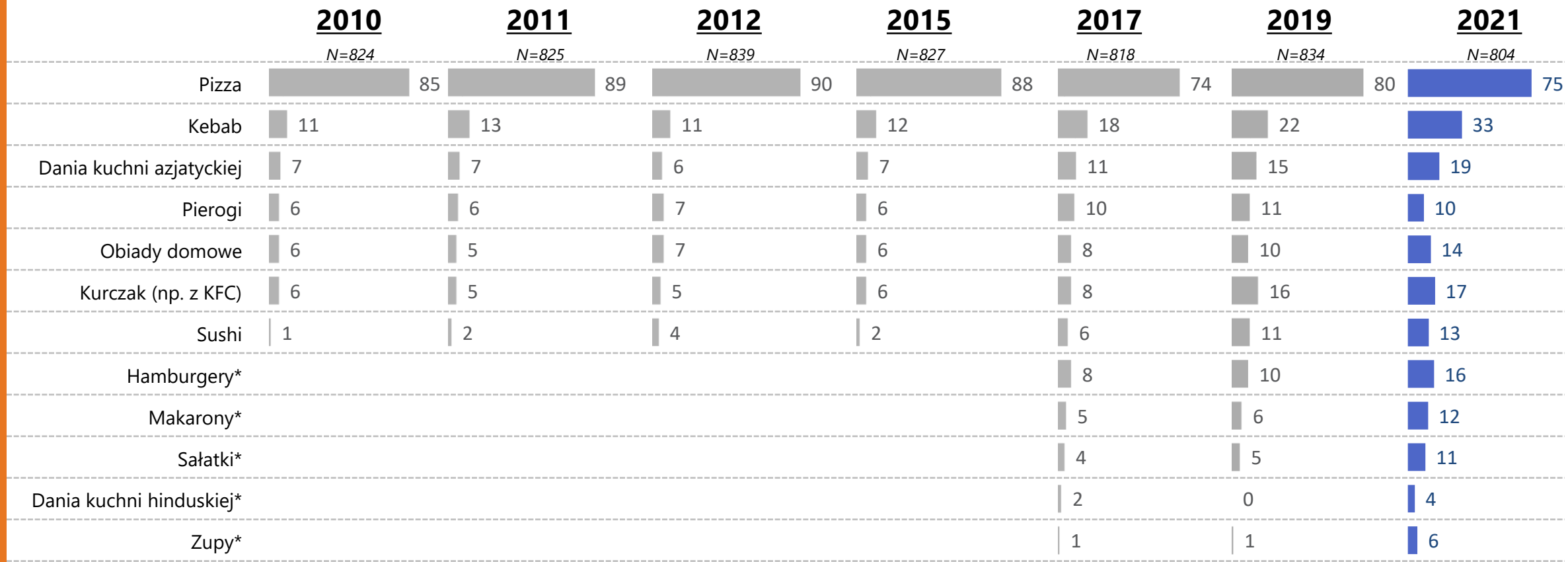
„Mieszkam teraz w Bydgoszczy, więc też więcej restauracji tu dowozi. Jak mam leniwy dzień, to zamawiam coś w aplikacji, co gdy mieszkałam z rodzicami było rzadkie; zamawiam z Pyszne.pl. Najczęściej chińszczyznę, dania z kuchni orientalnej. Z rodzinami zamawialiśmy pizzę w jakieś zabiegane soboty, czasem na urodziny sushi."

„Kiedyś w ogóle nie funkcjonowało zamawianie do domu. Z czasem pojawili się dostawcy pizzy. Teraz można zamówić dosłownie wszystko: jedzenie, zakupy. Czasami zdarzy mi się zamówić jakieś jedzenie, ale staram się, aby było zbliżone do zdrowego, lekkostrawnego tj. zupy, dania domowe, jakiś chińczyk."

„Z rodzicami rzadko jadaliśmy poza domem, nawet w najbliższym małym mieście było niewiele punktów gastronomicznych. Gdy gdzieś wyjeżdżaliśmy zwykle jako dzieci prosiliśmy o fast foody, których się w domu nie jadało. Szczególnie pizzę uwielbialiśmy oraz hamburgery. Dziś stawiam na różnorodność. Lubię nowe smaki i tym się kieruję wybierając restaurację i danie.

Nie myślmy jednak, że kiedy nie gotujemy sami to jesteśmy skłonni do próbowania egzotycznych kuchni. Królową zamawianych dań pozostaje pizza!

CO ZAMAWIAMY ZAZWYCZAJ?



Dane: *w %*
Źródło: Raport syndykatowy Ipsos 'Trendy w zwyczajach żywieniowych', Badanie odbyło się w domach respondentów i zostało zrealizowane przy użyciu komputerów (CAPI).
Próba: Ogólnopolska próba reprezentatywna (ze względu na: płeć, wiek, wykształcenie, region i wielkość miejscowości), osoby w wieku 15 lat i więcej.

Jadamy na mieście zdecydowanie częściej niż kiedyś…

Wpływ na to miały przede wszystkim:

- **Rozwój kultury restauracyjnej:**
  - Pojawiło się **więcej knajp** i to z **bardziej zróżnicowaną kuchnią**;
  - Co więcej: **wychodzi się** już nie tylko, bo jest okazja (choć w starszych pokoleniach wciąż ten model jest silniejszy), ale **tak po prostu – zjeść coś dobrego**, **spotkać się ze znajomymi;**
  - W przypadku różnych okazji: **częściej, niż kiedyś, zaprasza się też znajomych na kolację poza domem, niż w domu** (obserwacja wśród osób 40+), żeby oszczędzić sobie pracy/ szykowania.
- **Wyjazdy i globalizacja** – pojawia się ochota na przypomnienie sobie smaków z wyjazdu lub jedzenie potraw z innych zakątków świata, których samemu nie potrafi się (tak dobrze) przy.gotować lub jest to zbyt czasochłonne np. sushi czy chaczapuri.
- **Szybszy tryb życia, mniej czasu spędzanego w domu** (a przynajmniej do czasu pandemii) → zwłaszcza młodsi; wówczas zjedzenie na mieście jest najprostszym i najwygodniejszym rozwiązaniem.
- **Bardziej zasobne portfele** – całościowo (jako społeczeństwo) lepiej zarabiamy, więc częściej można sobie pozwolić na jedzenie poza domem; w przypadku młodszych respondentów częstsze wychodzenie wiąże się też z pojawieniem się własnych zarobków.
- **Jedynie rodziny z dziećmi ograniczają wyjścia do restauracji i zamawianie jedzenia do domu**. Gotowanie w domu ze świeżych składników daje im poczucie wyższej wartości pożywienia.

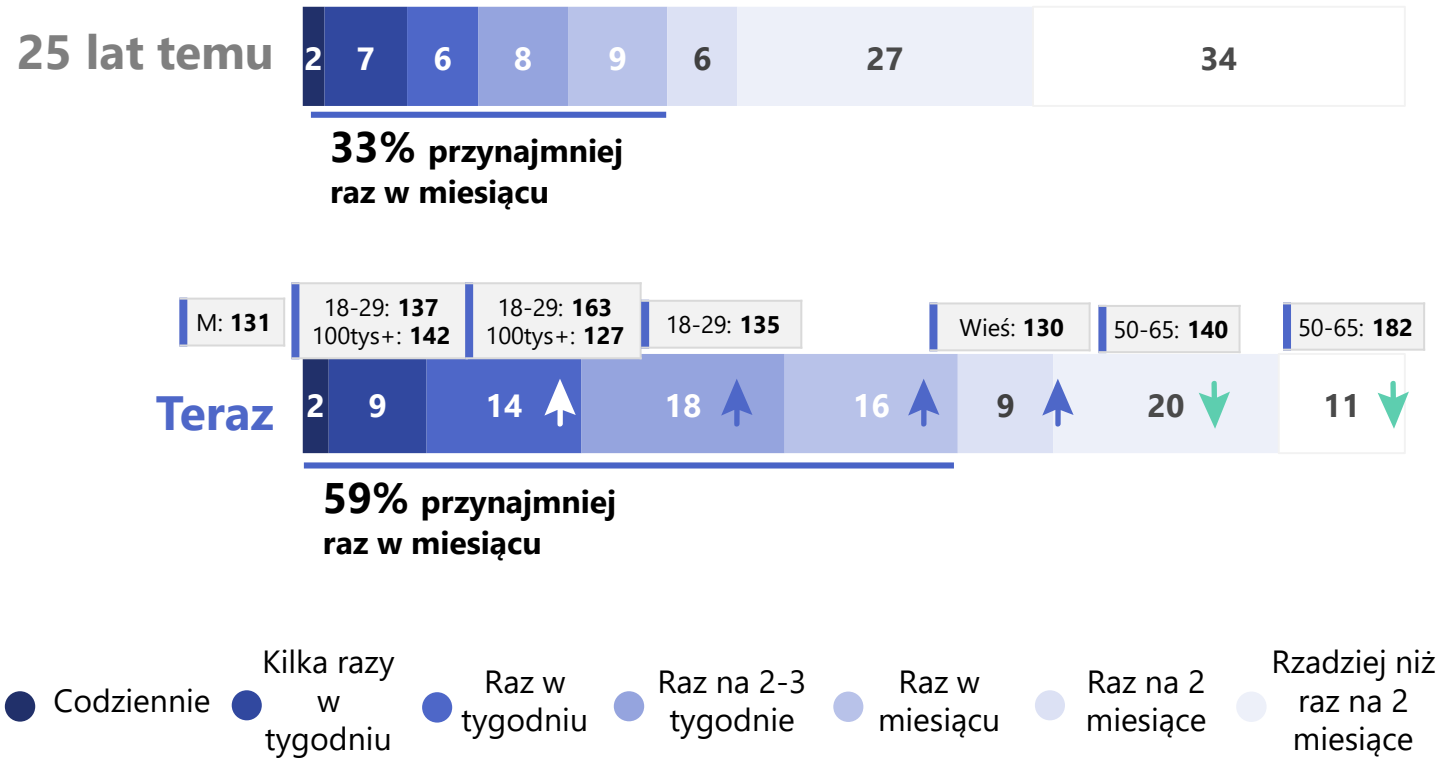
*„Jadam poza domem bardzo często. Jes**t to też forma spędzania czasu ze znajomymi**. Raczej preferuję restauracje, a nie bary szybkiej obsługi czy fast foody; w przypadku rodziców nie musi być specjalnej okazji, żeby wyjść. Jeśli mają ochotę to po prostu idą."*

*„Myślę, że ogólnie lepiej się zarabia. Ceny jedzenia w knajpkach już nie powalają z nóg. **Czasem lepiej zjeść na mieście coś dobrego, niż brudzić całą kuchnię** (a nie zawsze wiadomo, czy się uda). Poza tym jest spory wybór."*

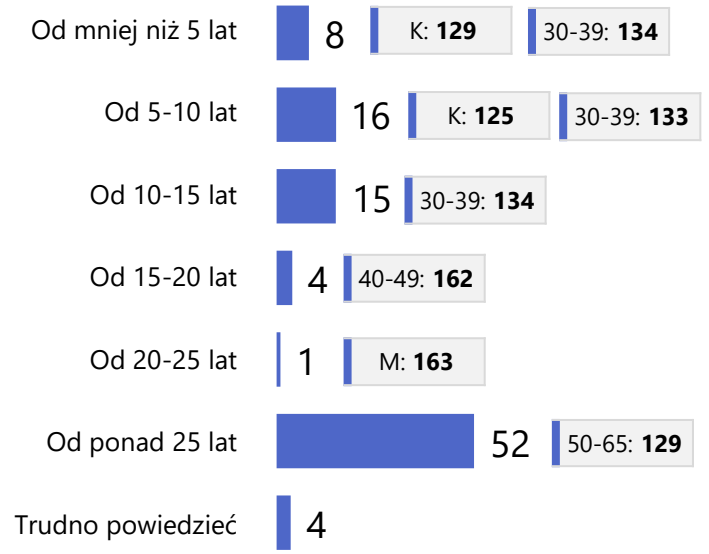
*„**Jak nie miałam rodziny, dużo jadłam poza domem i nie zawsze były to zdrowe rzeczy.** Teraz oczywiście też się zdarzy, ale dużo, dużo rzadziej . Wspólnie z rodziną raz na jakiś czas pójdziemy na obiad."*

Porównując sytuację obecną i tę sprzed 25 lat można zaobserwować ogromną różnicę w popularności jedzenia na mieście. 3 na 5 Polaków przyznaje się do jedzenia poza domem przynajmniej raz w miesiącu, a 1 osoba na 4 nawet raz w tygodniu lub częściej. Dawniej było to znacznie mniej osób – 1 na 3 Polaków nie jadał na mieście wcale. Osoby jedzące poza domem to częściej ludzie młodzi oraz mieszkający w dużych miastach.

JAK CZĘSTO JADAMY NA MIEŚCIE?



OD KIEDY?

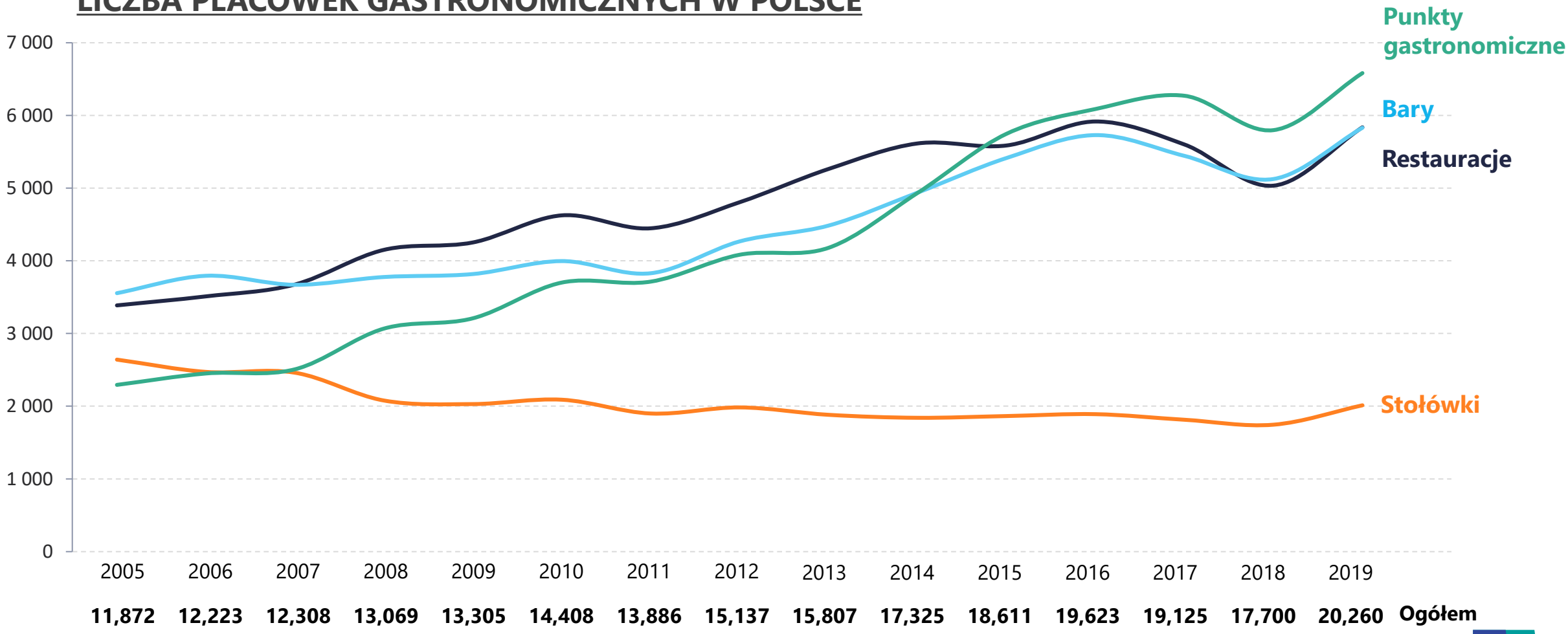


Dane: *w %*
Pyt.: *C7a. Jak często jada Pan(i) posiłki poza domem, na mieście? C7b. Jak często jadał/a Pan(i) posiłki poza domem, na mieście 25 lat temu? C7c. Kiedy, w przybliżeniu, zaczął/zaczęła Pan(i) jadać posiłki poza domem, na mieście, co najmniej raz w miesiącu? Proszę nie brać pod uwagę stołówki w pracy / szkole.*
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003, Respondenci w wieku >30 lat: n=1545; Osoby jedzące na mieście przynajmniej raz w miesiącu, które nie robiły tego 25 lat temu: N=1009*

Wartość istotnie wyższa/niższa niż 25 lat temu (przedział ufności 95%)

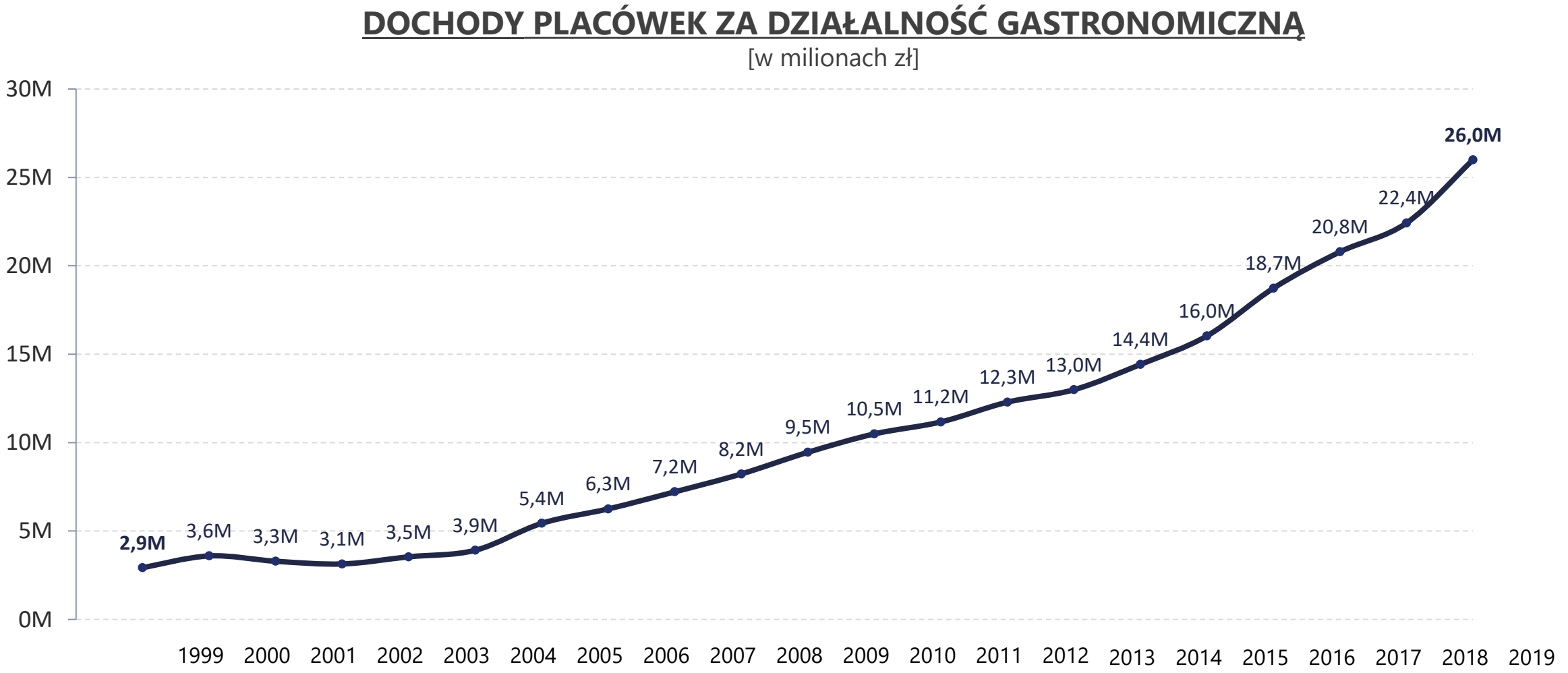
Wyłączając stołówki, przed pandemią systematycznie wzrastała liczba placówek gastronomicznych w Polsce.

LICZBA PLACÓWEK GASTRONOMICZNYCH W POLSCE



Dane: *zgodnie z wykresem*
Pyt.: *brak*
Baza*: analizy własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych GUS – http://stat.gov.pl (dostęp: 03.08.2021)*

Rosną też ich przychody (przynajmniej do czasu pandemii)

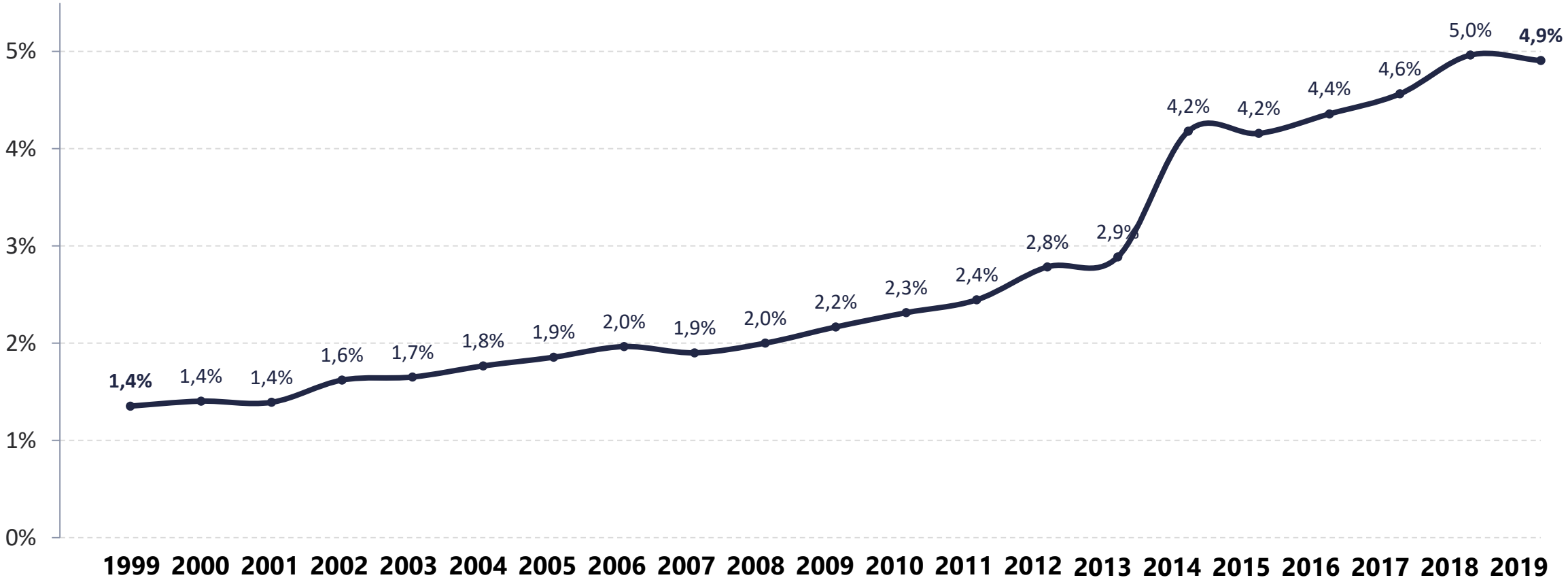


Dane: CBOS – w %, GUS - zgodnie z wykresem
Pyt.: *CBOS Proszę powiedzieć, jak często:,*
Baza*: wszyscy respondenci, badania „Aktualne problemy i wydarzenia" (290) przeprowadzono metodą wywiadów bezpośrednich (face-to-face) wspomaganych komputerowo (CAPI na reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski oraz analizy własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych GUS – http://stat.gov.pl (dostęp: 03.08.2021)*

...a także udział wydatków na usługi hotelowe i restauracyjne w naszych miesięcznych wydatkach (trend ten przerwała pandemia)

PRZECIĘTNE MIESIĘCZNE WYDATKI NA 1 OSOBĘ W KATEGORII „RESTAURACJA I HOTELE"

[% względem wydatków ogólnie]



Dane: zgodnie z wykresem
Pyt.: *brak*
Baza*: analizy własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych GUS – http://stat.gov.pl (dostęp: 03.08.2021)*

Wychodząc, sięga się też po inne dania i kuchnie niż w przeszłości… bo jest taka możliwość, ale też: chcemy jeść zdrowiej

- **20+ lat temu jedzenie poza domem najczęściej oznaczało fast-food** (frytki, kebab, hot-dogi, McDonald's), potem też **pizzę** i wtedy to była atrakcyjna odmiana od „domowego" jedzenia, zwłaszcza dla młodszych (którzy wtedy byli dziećmi).

- **Obecnie: wybór jest dużo większy i oprócz fast foodów zdarza się wychodzenie także do innych restauracji**
  - Pizzerie/ kuchnia włoska
  - Kebaby
  - Kuchnia azjatycka (sushi, tajska, indyjska)
  - Kuchnia amerykańska (burgery)
  - A także kuchnia polska.

- **Fast food pełni inną funkcję** – sprawdza się w sytuacji, gdy chce się zjeść coś „na szybko", „to go" (np. hot dog na stacji paliw czy wrap podczas zakupów w galerii).
  - Starsi (40+) świadomie starają się nie robić tego tak często, bo w tym wieku już bardziej zwraca się uwagę na zdrowie i zdrowe odżywianie (niż jak się było 20-latkiem).

- I tu znów **wyjątkiem są rodziny z dziećmi**. Starają się **rzadko jeść na mieście,** ale jeśli już wychodzą czy zamawiają jedzenie, to często z **restauracji fast foodowych, bo są one atrakcyjne dla dzieci.**

„Jeśli chodzi o mnie to stawiam na dania obiadowe / restauracyjne np. ryba czy tatar lub dobrą włoską pizzę. Stawiam też na jakość, dlatego wybieram skrupulatnie restaurację i dania."

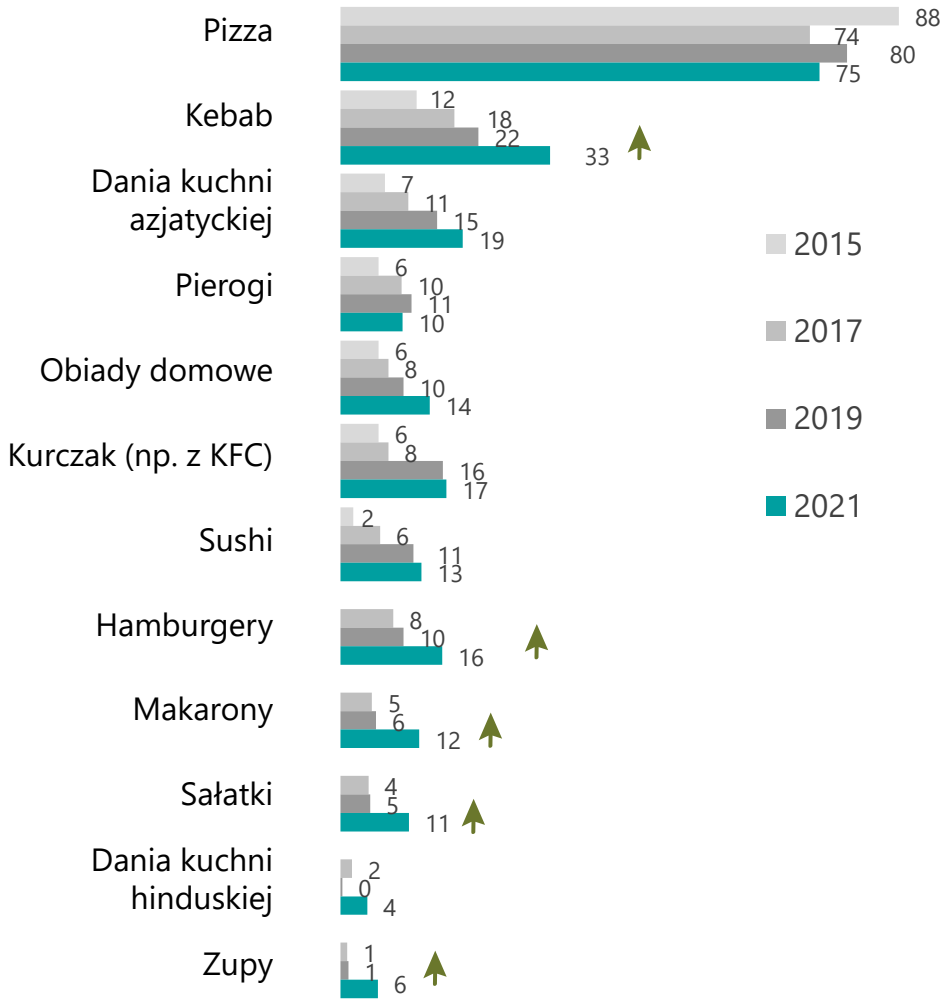
„Od kiedy zaczęłam zarabiać, częściej wychodzę na miasto, szukam różnych ciekawych knajp, nowych smaków, nie tylko fast-foodów. Rodzice dalej rzadko jedzą na mieście, czasem zabieram ich ze sobą; Szukam często knajp z kuchnią koreańską, meksykańską, amerykańską, włoską, śródziemnomorską, ostatnio gruzińską - zależy na co akurat mam ochotę."

„Jadamy zwykle w miejscach, w których można zjeść coś oryginalnego, czasem ramen, czasem indyjskie, gruzińskie, różnie. Zazwyczaj danie, którego nie robiłam sama."

„Czasem zamówimy do domu pizzę, czasem pojedziemy na jakiegoś chińczyka w okolicy czy na kebab. Wszystko było zazwyczaj podyktowane tym na co mieliśmy wspólnie ochotę. Nie za często, ze względu na dziecko"

Coraz częściej dania zamawiane do domu to już nie tylko pizza – sięgamy chętnie po coraz szerszą ofertę, coraz bardziej różnorodnych restauracji.

CO ZAMAWIAMY ZAZWYCZAJ?



Dane: *w %*

Pyt.: *A15.2. Jakie posiłki zazwyczaj zamawia Pan(i) do domu? Proszę wziąć pod uwagę cały ostatni rok – okresy, gdy restauracje były zamknięte i otwarte.*

Źródło: Raport syndykatowy Ipsos 'Trendy w zwyczajach żywieniowych' 2021, Badanie odbyło się w domach respondentów i zostało zrealizowane przy użyciu komputerów (CAPI).

Próba: Ogólnopolska próba reprezentatywna (ze względu na: płeć, wiek, wykształcenie, region i wielkość miejscowości), osoby w wieku 15 lat i więcej. Respondenci którym zdarza się zamawiać posiłki do domu, n=306

CHCEMY POLSKICH PRODUKTÓW!

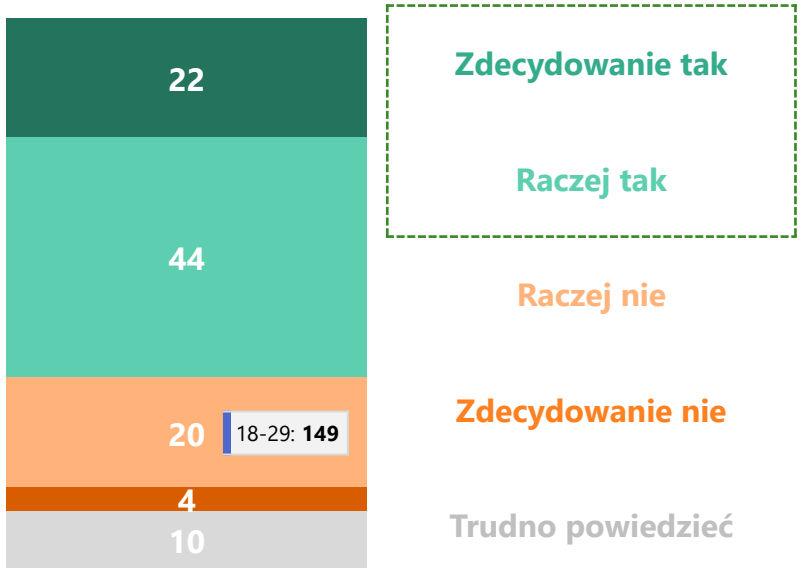
4

… czyli o oczekiwaniach Polaków odnośnie kraju pochodzenia produktów żywnościowych

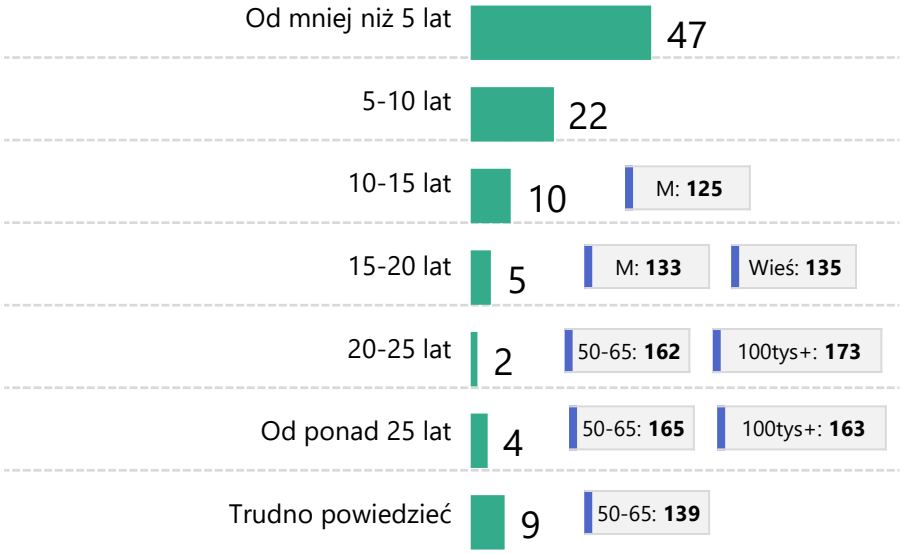
© Ipsos dla Jeronimo Martins 2021

Dwie trzecie Polaków zwraca uwagę na to, aby kupować żywność wyprodukowaną w Polsce – świadomość mocno urosła w ostatnich latach

CZY ZWRACAMY UWAGĘ, BY KUPOWAĆ ŻYWNOŚĆ WYPRODUKOWANĄ W POLSCE?



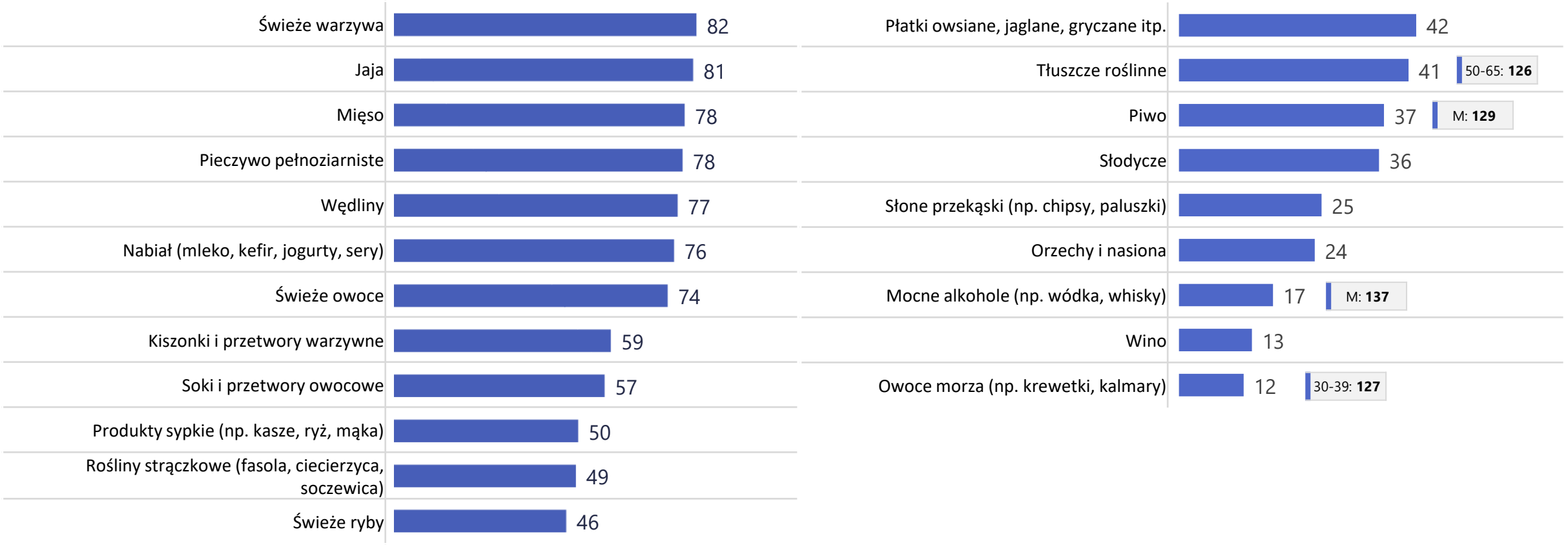
OD KIEDY?



Dane: *w %*
Pyt.: *D14a. Czy podczas zakupów zwraca Pan(i) uwagę, aby kupować żywność wyprodukowaną w Polsce? D14c. Kiedy, w przybliżeniu, zaczął/zaczęła Pan(i) zwracać uwagę na to, aby kupować żywność wyprodukowaną w Polsce?*
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003; Osoby, które zwracają uwagę, aby kupować żywność wyprodukowaną w Polsce N=1308*

Kategorie, przy których szczególnie zwracamy uwagę na miejsce produkcji to świeże warzywa i owoce, jaja, pieczywo, mięso i wędliny oraz nabiał

PRZY KTÓRYCH PRODUKTACH JEST DLA NAS WAŻNE, BY BYŁY WYPRODUKOWANE W POLSCE?



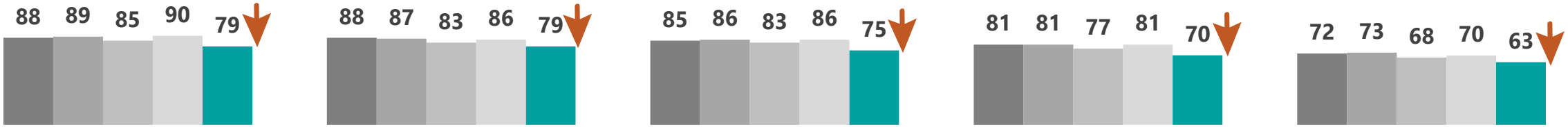
Dane: *w %*
Pyt.: *D15. Proszę wskazać te kategorie produktów spożywczych, przy których jest dla Pana(i) ważne, aby produkty były wyprodukowane w Polsce.*
Baza*: Ci które zwraca uwagę na to, aby kupować żywność wyprodukowaną w Polsce w ciągu ostatnich dziesięciu lat N=1308*

Polska żywność cieszy się bardzo dobrą opinią wśród naszych rodaków

STOSUNEK DO POLSKIEJ ŻYWNOŚCI

2012, N=839 **2015**, N=827 **2017**, N=818 **2019**, N=834 **2021**, N=834

% odpowiedzi „Zgadzam się”



Dane: *w %*
Pyt.: *BN2. O każdym z poniższych stwierdzeń proszę powiedzieć czy się Pan/ i z nim zgadza.*
Raport syndykatowy Ipsos 'Trendy w zwyczajach żywieniowych' 2021, Badanie odbyło się w domach respondentów i zostało zrealizowane przy użyciu komputerów (CAPI). Realizacja badania: Druga połowa lipca 2021. Próba: Ogólnopolska próba reprezentatywna (ze względu na: płeć, wiek, wykształcenie, region i wielkość miejscowości), osoby w wieku 15 lat i więcej.

Dlaczego? Dlatego, że polskie pochodzenie produktu oznacza przede wszystkich większą świeżość w porównaniu z zagranicznymi

PRODUKT POLSKI

Konsumenci świadomie wybierający polskie produkty:

- Zwracają uwagę przede wszystkim na ich **większą świeżość** w porównaniu z produktami pochodzenia zagranicznego. Dlatego polskie pochodzenie ma dla nich największe znaczenie w przypadku owoców i warzyw
- Dla części ważne jest też **wspieranie lokalnych producentów**

Dla niektórych **czytelne oznakowanie** (biało-czerwony znak graficzny) **jest czynnikiem skłaniającym ich do wyboru polskich produktów.**

Niektórzy konsumenci dostrzegli promowanie przez Biedronkę produktów polskiego pochodzenia (np. na podstawie paragonów za zakupy) i pozytywnie ocenili to działanie

Dużą uwagę zwracam na pochodzenie**. Wolę wspierać rodzimą gospodarkę. Kody kreskowe informują o polskim pochodzeniu. Więc gdy mam wybór, wybiorę polski produkt. **Szczególnie warzywa i owoce.

*W Biedronce wartość zakupów, które pochodzą z Polski jest podana na paragonie i zawsze jest to duża część całej kwoty. **Odbieram to bardzo pozytywnie**, oznacza to, że **Biedronka ma naprawdę dużo produktów z naszego kraju.***

***Nie zwracam uwagi na pochodzenie**. Zagraniczne warzywa nie ustępują w niczym smakowi rodzimych.*

*W Biedronce podoba mi się to, że **promowane są produkty polskie i na paragonie na końcu jest napisane, że kupiłeś za tyle produkty polskie**. Wydaje mi się, że to jest fajne, bo ja **lubię bardzo kupować polskie produkty i zwracam na to uwagę**, nie tak panicznie, ale lubię polskie produkty, bo **ważne jest, żeby wspierać polskich przedsiębiorców i polskich rolników.***

Biedronka

Ipsos

ZMIANA W ZWYCZAJACH ZAKUPOWYCH POLAKÓW

5

... czyli o rosnącej roli dyskontów

W kwestii zakupów, od lat 90. Polska przeszła co najmniej 3 rewolucje:

~ 1990-2000

ogólnie rozwój handlu

~2000

handel wielkopowierzchniowy

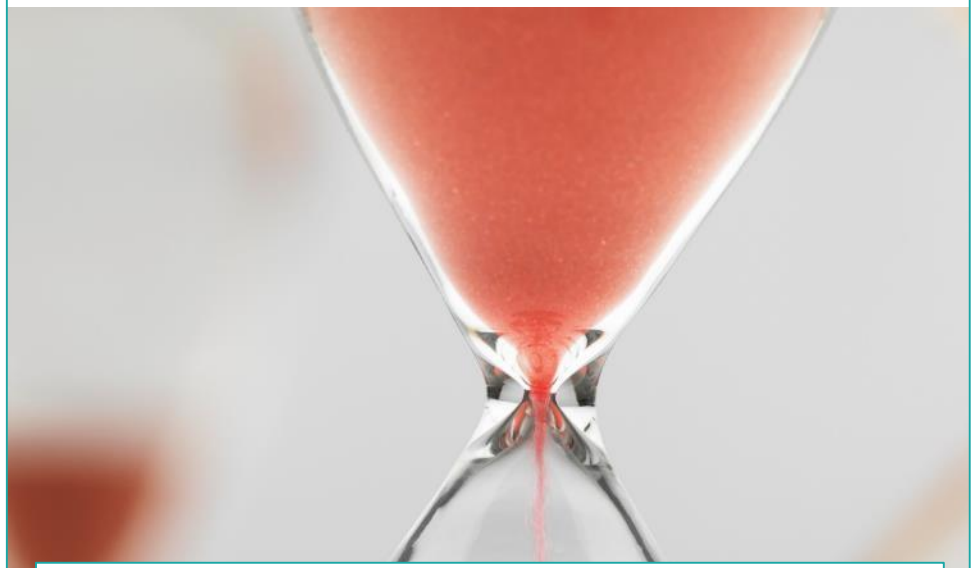
Stopniowo na to nałożony rozwój dyskontów

Dziś jesteśmy w zupełnie nowym punkcie.
Zmienił się handel i zmienili się klienci sklepów.

Zakupy kiedyś i dziś wywołują emocje. Zmiana jest ogromna i na lepsze. Konsumenci sami widzą jak zmieniają się ich zwyczaje.

ZAKUPY PONAD 25 LAT TEMU…

- W sklepach był **bardzo podstawowy asortyment**, dużo mniej kategorii produktowych, wariantów produktów; **ogólnie: dużo mniejszy wybór.**
- **Dużo kupowało się lokalnie – w mniejszych sklepach, od rolnika, na giełdach owocowo-warzywnych.**
  - Część osób uprawiała też własne ogródki (jeśli mieli warunki).
- Wybór był mniejszy, ale wielu konsumentów uważa, że **produkty były lepszej jakości** (jeszcze nie tak bardzo przetworzone).



W MIĘDZYCZASIE…

- W sklepach zaczęło pojawiać się **coraz więcej produktów i kategorii.**
- Swój **boom przeżywały hipermarkety** i duże cotygodniowe zakupy (więcej jedzenia też się marnowało…).
- Ważny był dla nas wybór, dostępność i cena, mniejszą wagę przywiązywało się do jakości
- **Kiedyś kupowało się „rodzinnie”, większe ilości.**

ZAKUPY DZIŚ:

- **Wybór jest ogromny i cały czas pojawiają się nowe produkty.**
- **ALE: wzrosła też nasza świadomość! Dużo większą wagę przykłada się teraz do jakości produktów** (zwłaszcza: świeżości i prostego składu, część także: do miejsca produkcji); dotyczy to zarówno konsumentów, jak i producentów czy sieci.
- Rola hipermarketów zmalała, a ich miejsce przejmują **lokalne markety i dyskonty**; renesans przeżywają też **małe sklepy czy targi.**
- Kupujemy **bardziej na bieżąco** i **w mniejszych ilościach.**
- Choć część konsumentów nadal ma strategię robienia większych zakupów 1-2 razy w tygodniu i dokupywania na bieżąco świeżych produktów.

Źródło: Eating Habits, badanie jakościowe, Ipsos 2021

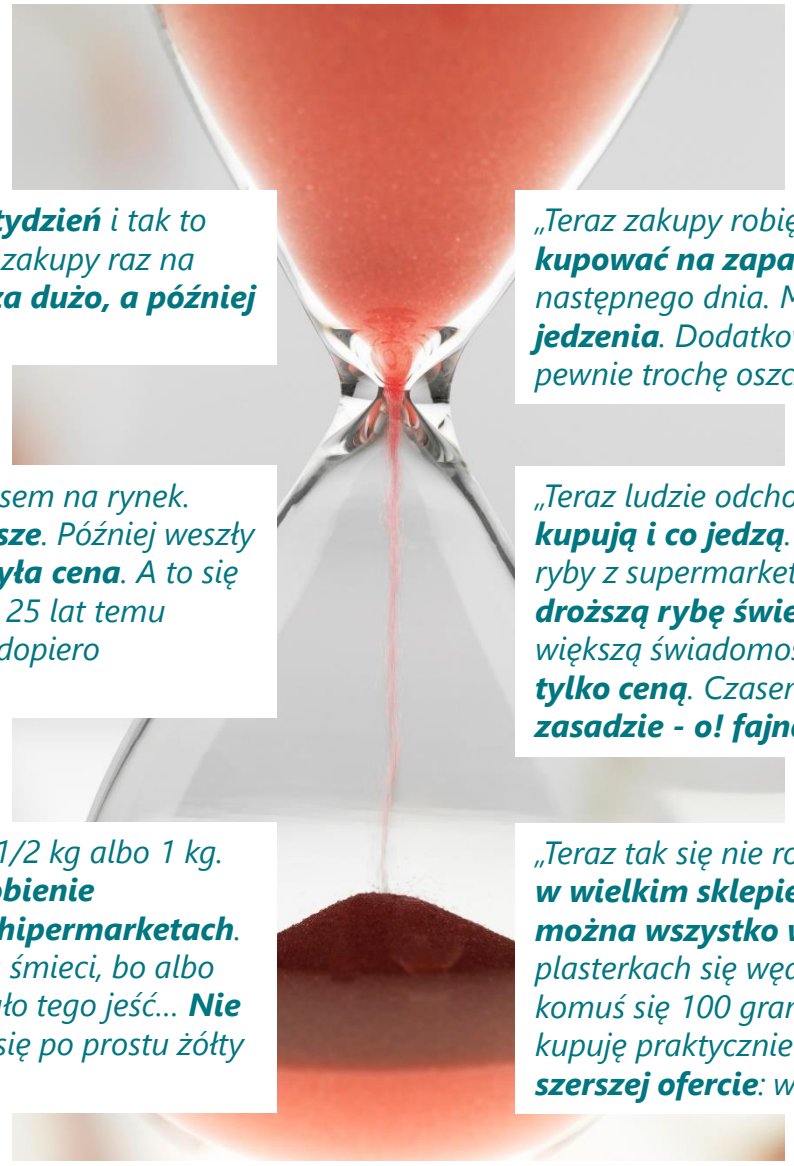
Częściej, bliżej domu, bardziej precyzyjnie...

ZAKUPY 5, 10, 20 LAT TEMU...

*„Wcześniej robiłam **duże zakupy raz na tydzień** i tak to planowałam, żeby mi wystarczyło. Robiąc zakupy raz na tydzień **kupowałam niektórych rzeczy za dużo, a później wyrzucałam**."*

*„Chodziło się do sklepów osiedlowych, czasem na rynek. Też **nasze produkty lokalne były zdrowsze**. Później weszły **markety, gdzie czynnikiem głównym była cena**. A to się wiązało z jakością. U nas w Bydgoszczy to 25 lat temu powstał pierwszy hipermarket, Biedronka dopiero raczkowała."*

*„Jak się do rzeźnika chodziło, to się brało 1/2 kg albo 1 kg. Wydaje mi się, że **wchodziła moda na robienie ogromnych zakupów w** nowootwartych **hipermarketach**. Później i tak **sporo lądowało w koszu** na śmieci, bo albo się przeterminowało, albo już się nie chciało tego jeść... **Nie było też tak szerokiej oferty**: kupowało się po prostu żółty ser i człowiek był szczęśliwy."*



ZAKUPY DZIŚ:

*„Teraz zakupy robię **kilka razy w tygodniu**. **Nie lubię kupować na zapas**, bo nie wiem, na co będę miała ochotę następnego dnia. Myślę, że to dobra zmiana. **Nie marnuję tyle jedzenia**. Dodatkowo **co chwilę są** jakieś **nowe promocje**, więc pewnie trochę oszczędzam na tym, że kupuję często"*

*„Teraz ludzie odchodzą od tego i **zwracają uwagę na to, co kupują i co jedzą**. **Chodzi o zdrowie**. Nagle się okazało, że ryby z supermarketów mają po 40-50% wody. **Lepiej kupić droższą rybę świeżą**, bo to i tak wyjdzie taniej. Ludzie mają większą świadomość tego, co jedzą i **już nie kierują się tylko ceną**. Czasem kupuje się **z ciekawości, albo na zasadzie - o! fajna przecena serów irlandzkich**, wezmę!."*

*„Teraz tak się nie robi. **Ceny są wszędzie zbliżone**, a **zakupy w wielkim sklepie to strata czasu**. Dobre jest to, że teraz **można wszystko w małych opakowaniach kupić**, w plasterkach się wędlinę kupuje. Jeszcze nie widziałam, żeby komuś się 100 gram sera zepsuło. Generalnie rzecz biorąc kupuję praktycznie **podobne produkty, ale w znacznie szerszej ofercie**: ważny jest gatunek, zawartość tłuszczu etc."*

Częściej, bliżej domu, bardziej precyzyjnie…

ZAKUPY 5, 10, 20 LAT TEMU…

*„Dawniej częściej robiłam zakupy **na targowisku lub w lokalnych sklepikach**. Zakupy z reguły robiłam każdego dnia. Kupując produkty **nie zwracałam uwagi na ich skład.** Wybierałam te, które po prostu lubiłam. **Często były to produkty przetworzone.**"*

*„Kiedyś zakupy robiliśmy **w małych sklepach, często jeździliśmy na targ.**"*

*„**Kiedyś były tylko podstawowe rzeczy** czyli chleb zwykły, cukier, mąka, makaron a **teraz nieskończona ilość rodzajów** chleba, stevia lub ksylitol zamiast cukru, mąka może być np. kokosowa , makaron też jest każdy rodzaj."*

ZAKUPY DZIŚ:

*„**Dziś zwracam uwagę na to co kupuję**. Z reguły robię duże zakupy raz w tygodniu w Lidlu, w Kauflandzie czy w Stokrotce. Natomiast **owoce i warzywa kupuję częściej, gdyż lubię jak są świeże.** Czasami **zdarza się, że jestem w klepie kilka razy w tygodniu, gdyż jest promocja** lub po prostu czegoś zapomniałam kupić"*

*„**Większe zakupy robię raz na tydzień** w Biedronce - staram się kupować tak, aby starczyło na cały tydzień na obiady. A **codziennie kupuję takie produkty jak chleb, bułki, masło, wędliny.** Staram się robić to szybko, ponieważ nie przepadam biegać po sklepach"*

*„Najczęściej robię zakupy w Biedronce bo mam ja przy bloku więc wracając po pracy przy okazji jestem na zakupach. **Nie mam potrzeby robić zakupów na zapas a w związku z tym codziennie po coś chodzę**. Ponieważ jest to sklep w którym **zawsze coś się ciekawego trafi** to – hehe - zdarza się że przy okazji kupię np.. kaki w promocji, które pojawiają się od czasu do czasu w sklepie a uwielbiamy ten owoc.."*

Lekko przeważa przekonanie o tym, że 25 lat temu kupowało się mniej żywności, a zakupy robiło się rzadziej niż teraz

OBJĘTOŚĆ ZAKUPÓW 25 LAT TEMU

CZĘSTOTLIWOŚĆ ZAKUPÓW 25 LAT TEMU

Dane: *w %*
Pyt.: *K121. Ile żywności– objętościowo – kupował/a Pan/i / kupowało się miesięcznie 25 lat temu w porównaniu do teraz? K13. Jak często robił/a Pan/i / robiło się zakupy żywności 25 lat temu w porównaniu do teraz?*
Baza*: Respondenci w wieku >30 lat: N=1545*

Model robienia zakupów jest zróżnicowany, zależy od stylu życia danej osoby czy rodziny, a także indywidualnych preferencji

1.

RAZ Z TYGODNIU PO WIĘKSZE ZAKUPY, A W MIĘDZYCZASIE: DOKUPOWANIE

- Decyduje o tym **brak czasu i wygoda**: nie trzeba tak często odwiedzać sklepów (bo planujemy i kupujemy na cały tydzień); w przypadku mieszkających na wsi: kluczowa jest także lokalizacja!
- Najczęściej: **większe zakupy** w sklepie **trochę bardziej oddalonym** od miejsca zamieszkania, **ale za to: z większym wyborem** (ale często: jest to większy dyskont, niekoniecznie hipermarket); **mniejsze: w pobliskim sklepie**
- Przy czym: wydaje się, że coraz mniej osób kupuje w ten sposób

„W tygodniu robię najczęściej takie jedne większe zakupy w Biedronce, a potem już tylko uzupełniam na bieżąco, jeśli czegoś brakuje, typu pieczywo lub jest coś atrakcyjnego z aktualnej gazetki."

2.

ZAKUPY KILKA RAZY W TYGODNIU, TROCHĘ „NA BIEŻĄCO"

- Ten styl zakupowy bardzo **dobrze wpisuje się w obecne potrzeby** konsumentów: **świeżości, nie marnowania jedzenia, kupowania tego, na co mam ochotę w danej chwili** (co chcę zjeść dziś/ jutro na obiad); mniej planuje się z wyprzedzeniem
- **Czasem: kilka razy w tygodniu jest to ten sam sklep, a czasem kupujemy w sposób wyspecjalizowany** (np. gdzie indziej się jeździ po produkty świeże, gdzie indziej po produkty z długą datą ważności, gdzie indzie po pieczywo, czy ryby…);

„W Żabce robię takie codzienne zakupy najpotrzebniejszych rzeczy, a ogólnie robię zakupy w Biedronce i Lidlu średnio 2x w tygodniu.."

3.

ZAKUPY CODZIENNIE (LUB NIEMAL CODZIENNIE)

- **Drobne dokupywanie na bieżąco** (ale też często połączone z większymi zakupami raz w tygodniu), np. po powrocie z siłowni, z pracy (bo **czegoś zabrakło, albo wpadłam/-em na pomysł obiadu na jutro i brakuje mi składników**)
- Potrzeba: (do)kupuję **to, na co mam w danej chwili ochotę** (nie muszę planować)
- Realizuje się je najczęściej **w sklepie najbliżej domu lub „po drodze"**
- Częściej: osoby 40+

„Twój market: jestem tam codziennie, w Biedronce 2 do 3 razy w tygodniu i robię w soboty w niej najważniejsze zakupy, bo korzystam z nich przez tydzień a reszta dni to uzupełnianie."

Jak konsumenci mówią o kupowaniu w różnych formatach sklepów?

Małe, osiedlowe sklepiki

*„Zdecydowanie **nie lubię małych osiedlowych sklepów**, boję się, że produkty nie są przechowywane w dobrych temperaturach, **panuje tam drożyzna**, **nie ma moich ulubionych towarów**, do których przywykłam, **różnie też bywa ze świeżością**. W sąsiedztwie moich Rodziców jest taki mały sklepik - płatność tylko gotówką :(„*

*„Nigdy nie robiłam tam zakupów na cały tydzień. Są **blisko**, na każdym rogu, **często mają lokalne produkty czy produkty na wagę**, **nie trzeba czekać długo w kolejce**, nie trzeba też **przejść całego wielgachnego sklepu, żeby kupić butelkę wody**."*

*W małych osiedlowych sklepach nie robię zakupów bo tam **jest dla mnie za drogo.** W Biedronce mam ten sam produkt 3 razy albo 2 razy tańszy. A dla mnie to ważne*

Dyskonty, markety

*„Robię małe zakupy 3 razy w tygodniu. Raz na tydzień czy nawet 2 jeżdżę na duże zakupy po produkty, które mają długą datę np. makarony. **Kupuje najczęściej w Stokrotce, bo mam do niej najbliżej**. Jeśli zależy mi na produktach tam niedostępnych, wtedy wybieram się do innych sklepów lub jeśli jadę na duże zakupy.*

***Wolę dyskonty niż hipermarkety**. W hipermarketach trzeba przejść cały sklep, żeby się dostać do produktów spożywczych przez co więcej wydajemy pieniędzy*

Super- i hipermarkety

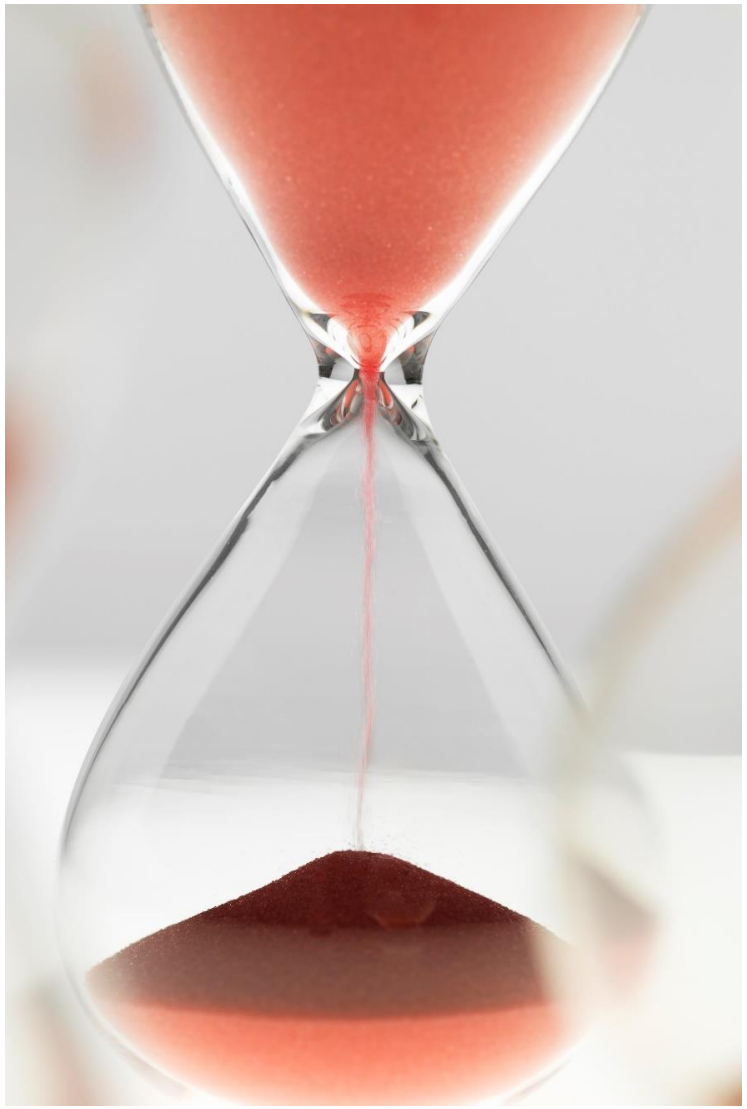
*„**Nie lubię, strasznie tam śmierdzi, przemierza się kilometry**, mięsa, warzywa, owoce **niskiej jakości**, wymacane przez kupujących. Dramat."*

*„**Hipermarket jest koniecznością raczej, nie przyjemnością**. Mają po prostu **duży wybór i spoko ceny**.*
***Dla przyjemności idę do sklepiku osiedlowego**, znam właściciela i wiem że nawet jak ma wyższe ceny, to przynajmniej **on dostanie moje pieniądze, a nie jakaś korporacja**, nie wiadomo skąd. Trochę lokalny patriotyzm."*

*Z hipermarketów korzystam bo jest tam **bardzo szeroki asortyment i przystępne ceny**. Lubię je za **liczne promocje**.*
*Ale same **zakupy w hipermarkecie nie są zbyt wygodne**, długie podróże pomiędzy regałami, niekiedy gigantyczne kolejki do kas.*

Rola dyskontów

Pojawienie się dyskontów było swojego rodzaju game changerem



„Pochodzę z małego miasta. Zakupy robiliśmy w sklepie osiedlowym, gdzie sprzedawca podawał produkty. Ten asortyment był ograniczony. Masło, śmietana, jogurty naturalne, kilka wariantów owocowych. Asortyment mieścił się na połowie lodówki.

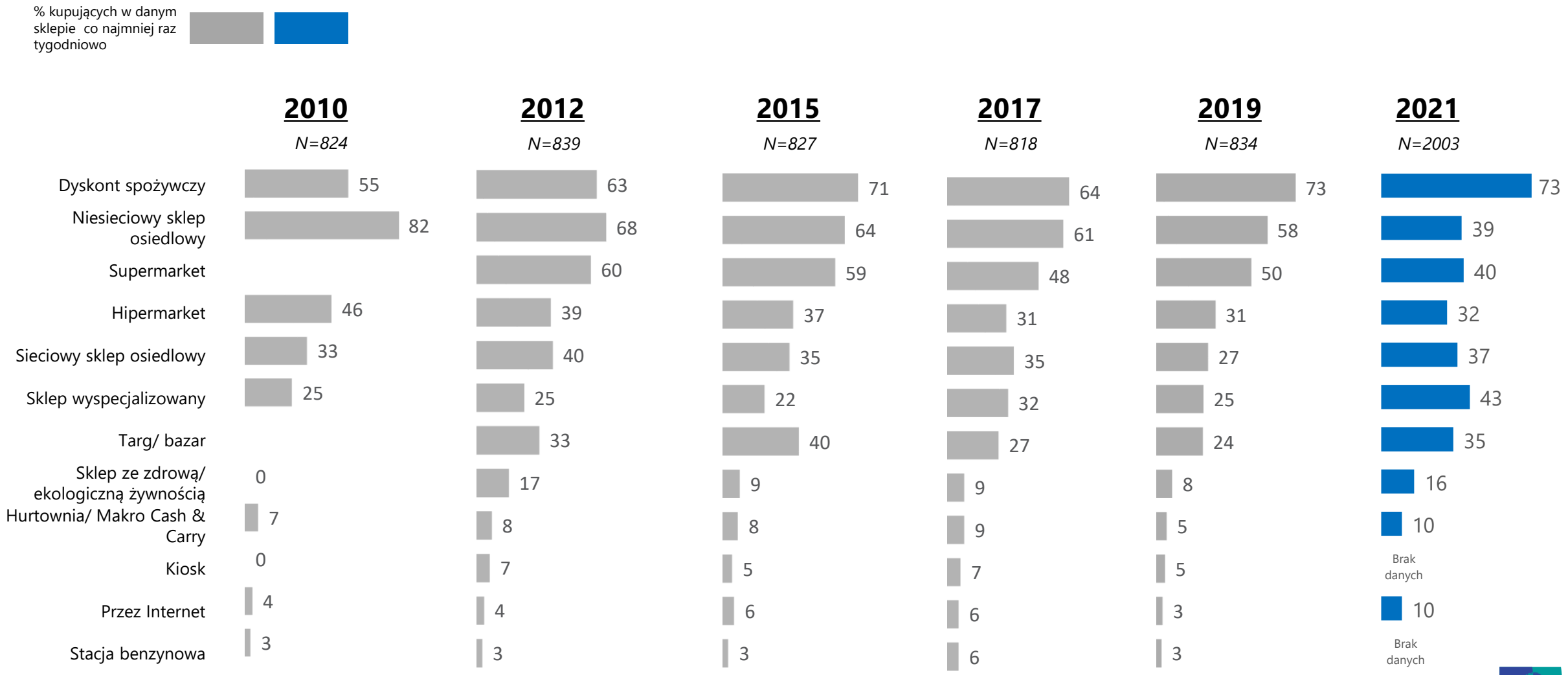
***Przełomem było wejście do Polski sieci dyskontowych.** Małe sklepy brały to, co było w hurtowniach, a **my kreowaliśmy to, co będzie na rynku**. Największy przełom był **po wejściu do Unii**, bo **otworzył się bardziej rynek, ludzie zaczęli więcej wyjeżdżać, firmy mogły łatwiej zaistnieć z produktami**. Sprzedawało się wszystko, co było pod silniejszą marką z zewnątrz, a czego wcześniej nie było.*

***Sukces w tamtym czasie to przede wszystkim ceny produktów.** Towar był na paletach. Konsumenci kierowali się **ceną i dostępnością**. Można było wejść do Biedronki, pooglądać produkty, poczytać, spokojnie wybrać. Nie tak jak w sklepie osiedlowym, gdzie jest kolejka i trzeba przyjść z listą i szybko zakupić.*

*Teraz jesteśmy już krok dalej: mamy komunikację internetową, telewizyjną, **możemy kreować potrzeby i nawyki**. A i **konsument teraz się zmienił: zwraca większą uwagę na jakość i skład produktu**."*

Ekspert wewnętrzny Biedronki

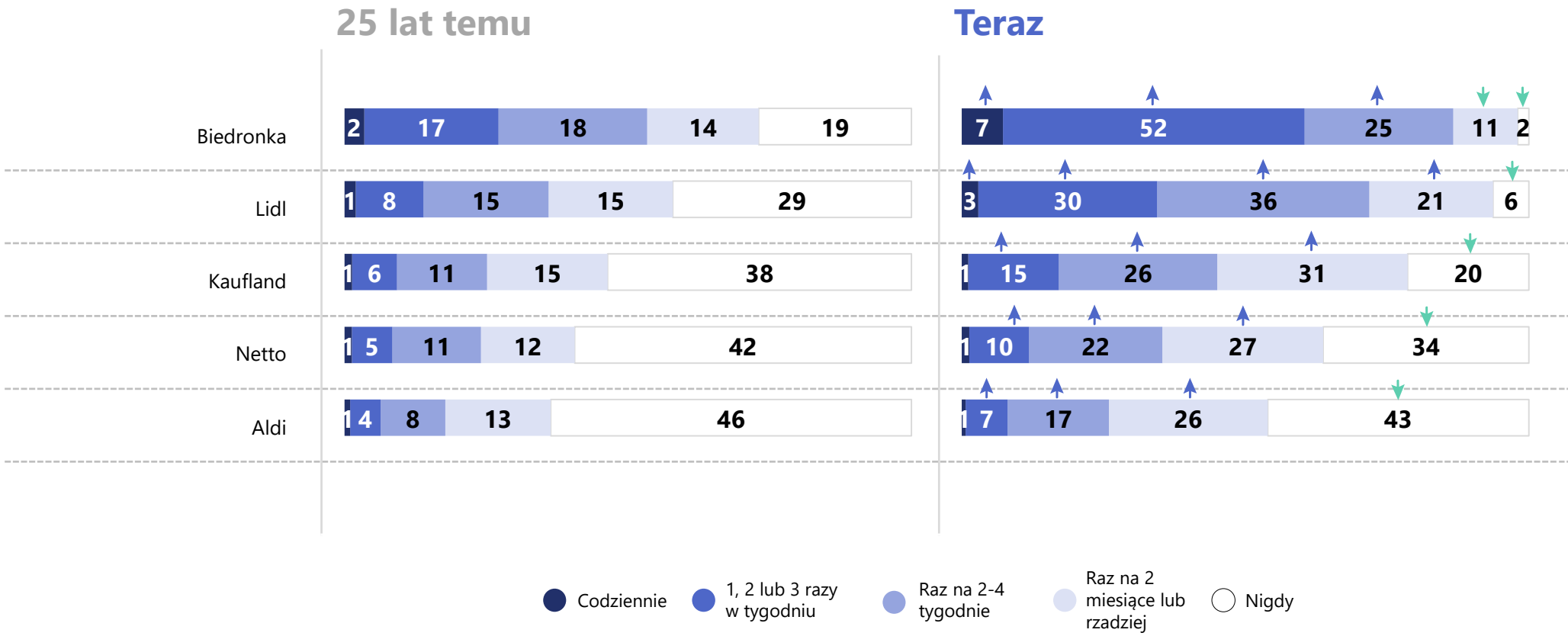
Coraz chętniej chodzimy do dyskontów



Dane: *w %*
Pyt.: B01*. Proszę powiedzieć, jak często Pan(i) lub inni członkowie Pana(i) gospodarstwa domowego kupują żywność w następujących sklepach/ miejscach:;*
Baza*: wszyscy respondenci,*
Źródło: dane historyczne: Raport syndykatowy Ipsos 'Trendy w zwyczajach żywieniowych'. Dane dla 2021: Ipsos dla Jerónimo Martins 2021. Próba reprezentatywna Polakow, N=2003

Zakupy w dyskontach – nie tylko więcej osób, ale także częściej. Nawet prawie codziennie

CZĘSTOTLIWOŚĆ ZAKUPÓW SPOŻYWCZYCH W DYSKONTACH

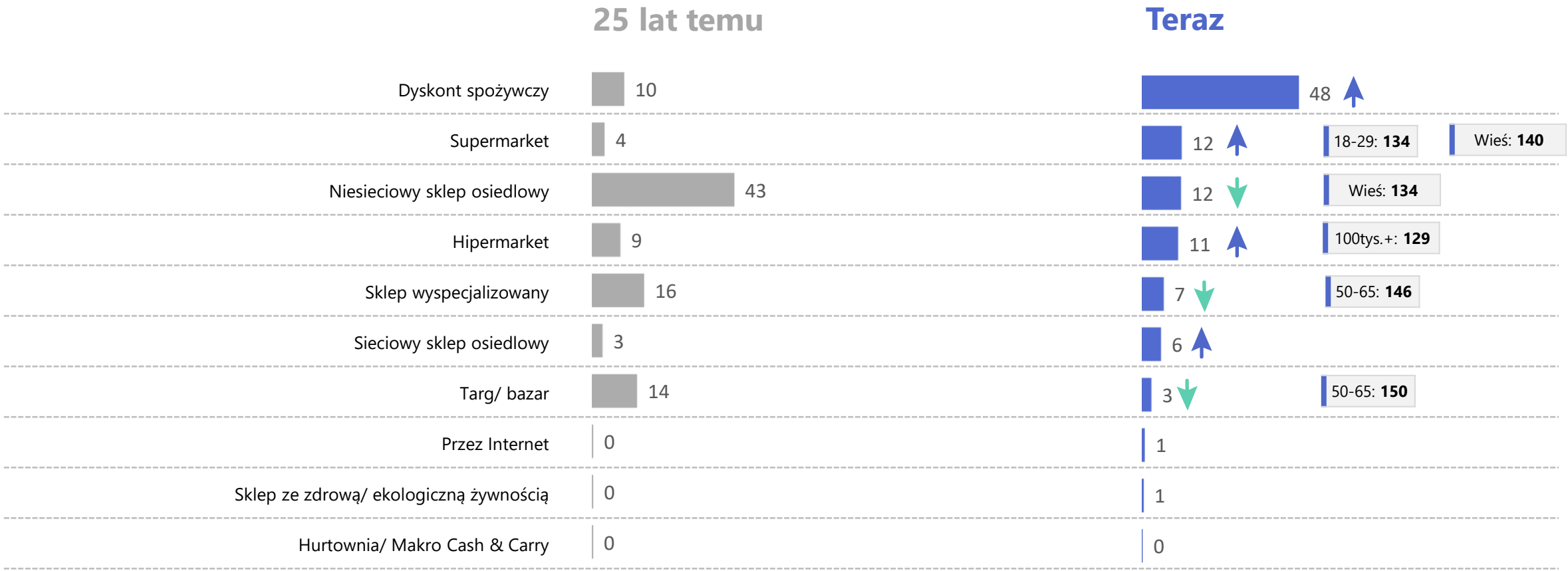


Dane: *w %*
Pyt.: *K6a. Powiedział(a) Pan(i), że robią Państwo zakupy w dyskontach. Proszę powiedzieć, jak często Pan(i) lub inni członkowie Pana(i) gospodarstwa domowego kupują żywność w następujących dyskontach. K6b. A jak często Pan(i) lub inni członkowie Pana(i) gospodarstwa domowego kupowali żywność w następujących dyskontach 25 lat temu?*
Baza*: Osoby robiące zakupy w dyskontach: N=1988, Osoby robiące zakupy w dyskontach 25 lat temu: n=946*

Wartość istotnie wyższa/niższa niż 25 lat temu (przedział ufności 95%)

Dyskonty są aktualnie najczęściej wskazywane przez Polaków jako podstawowe miejsce zakupu żywności – stanowią sklep pierwszego wyboru dla połowy z nas. Trochę ponad 10% osób decyduje się najczęściej na zakupy w supermarkecie lub niesieciowym sklepie osiedlowym (szczególnie na wsiach) lub w hipermarketach (częściej w dużych miastach).

MIEJSCE ZAKUPÓW ŻYWNOŚCI WYBIERANE NAJCZĘŚCIEJ

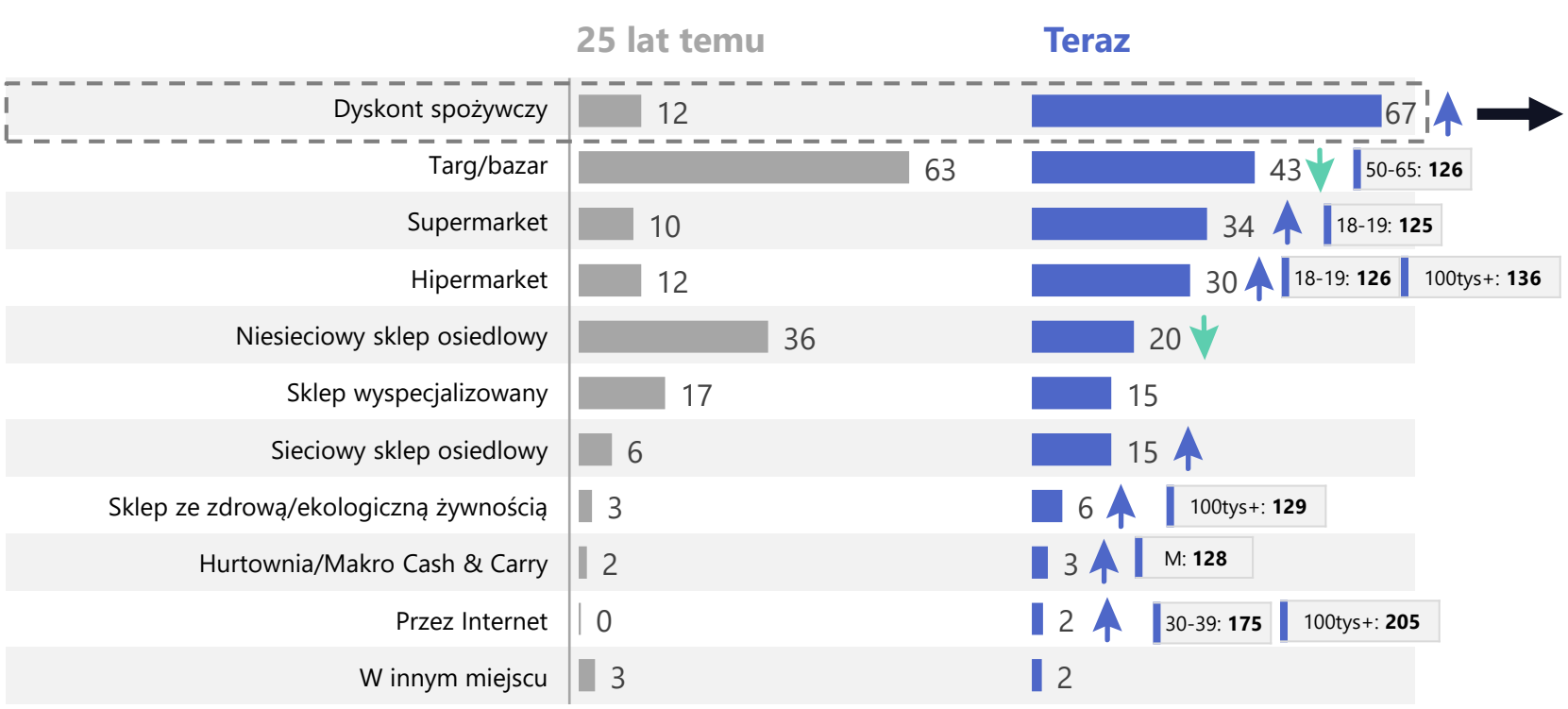


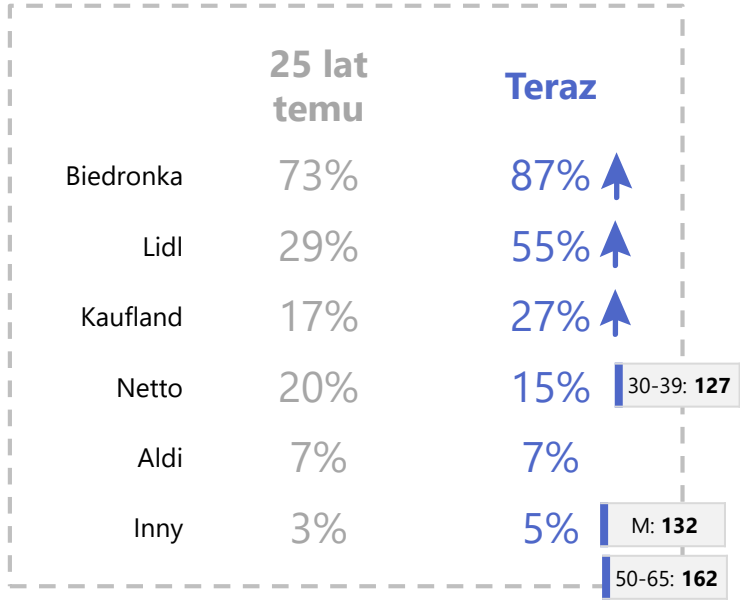
Dane: *w %*
Pyt.: *K3a. A w którym z tych sklepów robicie zakupy żywności najczęściej? K3b. A w którym z tych sklepów robiliście zakupy żywności najczęściej 25 lat temu?*
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003, Respondenci w wieku >30 lat: n=1537*

Wartość istotnie wyższa/niższa niż 25 lat temu (przedział ufności 95%)

Dyskonty, przede wszystkim Biedronka, stały się także głównym miejscem zakupu świeżych warzyw i owoców. Zdetronizowały targi i bazary, które prowadziły w tej kategorii 25 lat temu

MIEJSCE ZAKUPU ŚWIEŻYCH WARZYW I OWOCÓW





Dane:
Pyt.: *D19a. Gdzie kupuje Pan(i) świeże warzywa i owoce? D19b. Gdzie kupował/a Pan(i) / kupowało się świeże warzywa i owoce 25 lat temu? D20a. W którym z dyskontów kupuje Pan(i) świeże warzywa i owoce? D20b. W którym z dyskontów kupował(a) Pan(i) / kupowało się świeże warzywa i owoce 25 lat temu?*
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003, Respondenci w wieku >30 lat: n=1545; Osoby, które kupują świeże warzywa i owoce w dyskontach spożywczych N=1355, Osoby, które kupowały świeże warzywa i owoce w dyskontach spożywczych 25 lat temu N=215*

Wartość istotnie wyższa/niższa niż 25 lat temu (przedział ufności 95%)

Polacy lubią zakupy w dyskontach, bo te łączą w sobie zalety sklepów osiedlowych i hipermarketów

Małe, osiedlowe sklepiki

Okazja: uzupełnienie produktów, których akurat zabrakło; **zakup produktów świeżych, od lokalnych dostawców** (ale to zależy od sklepu!); także: **zakup przekąski**, **zakupy „po drodze".**
Raczej: odwrót od małych sklepików na rzecz dyskontów (które też są dość blisko, a mają lepszy wybór i ceny).

ZA CO JE LUBIMY:
- **Są blisko!!** (i to jest kluczowy atut).
- **Mają najpotrzebniejsze rzeczy** (tj. pieczywo, mąka, masło).
- **Mięso, wędliny, sery na wagę, dobrej jakości** (niektóre!), także: **owoce i warzywa** (jeśli to osiedlowy warzywniak).

CO NAM PRZESZKADZA:
- Wysokie ceny.
- Produkty różnej jakości i świeżości (zależy od sklepu), trzeba uważać na daty ważności produktów.

Dyskonty, markety

Okazja: zakupy 2-3 razy w tygodniu, na bieżąco; ALE: w zależności od potrzeby (lub osoby) **mogą spełniać rolę małego sklepiku lub supermarketu → są uniwersalne.**

ZA CO JE LUBIMY:
- **Są blisko** (jest ich teraz na tyle dużo, że są dla wielu osób „pod ręką", niczym sklep osiedlowy).
- **Stosunkowo nieduże, podobny rozkład:** łatwo szybko coś znaleźć.
- **Dość szeroki wybór** (dla większości: zupełnie wystarczający).
- **Mają dobre ceny;** już nie tak niskie, jak kiedyś… ale za wzrostem cen idzie też **lepsza jakość**!

CO NAM PRZESZKADZA:
- W przypadku niektórych: bałagan!

Super- i hipermarkety

Okazja: duże zakupy raz w tygodniu lub raz na dwa tygodnie (ale od tego się odchodzi, bo często bliżej jest Lidl, Biedronka czy Polo Market).

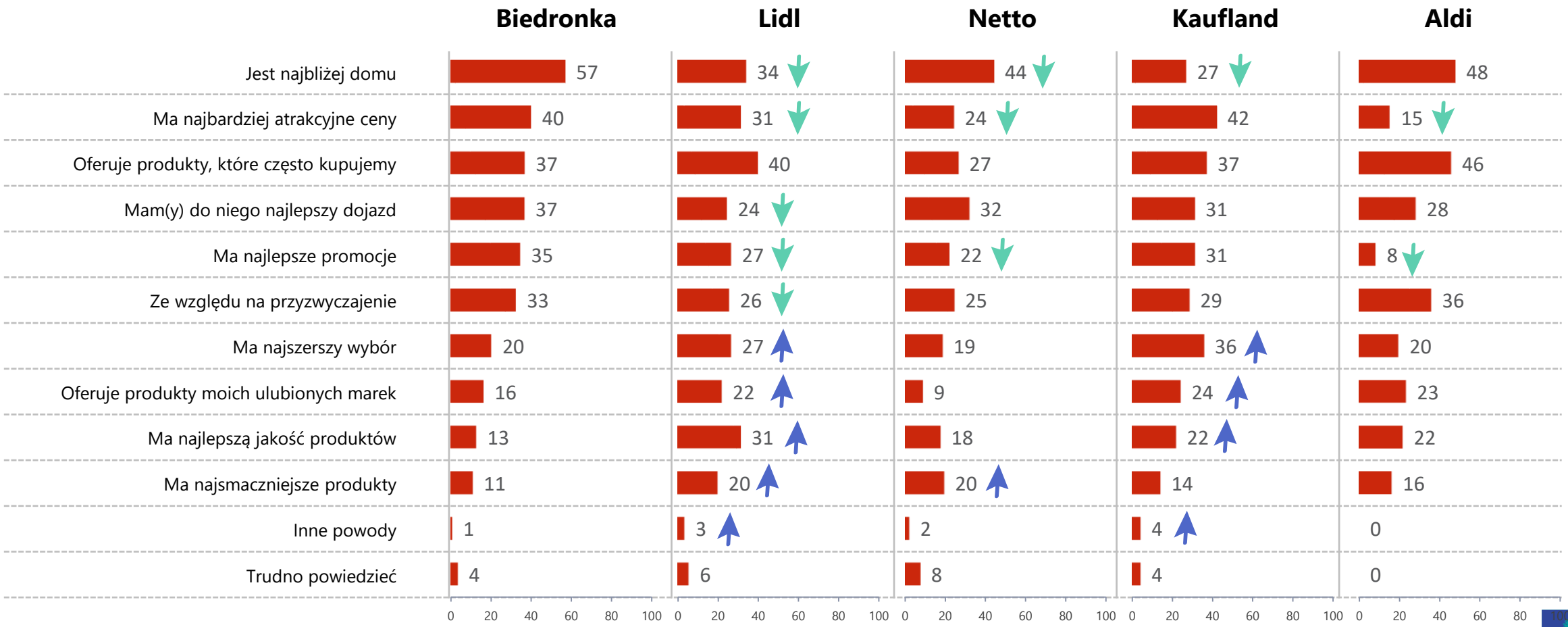
ZA CO JE LUBIMY:
- **Podczas jednej wizyty można kupić dosłownie WSZYSTKO** (największy wybór), szerokie alejki pozwalają na wygodne przemieszczanie się.
- **Atrakcyjne ceny produktów** (ale w percepcji konsumentów: porównywalne do cen w dyskontach i marketach).

CO NAM PRZESZKADZA:
- **Zakupy w nich są męczące, traci się dużo czasu**: na dojazd, same zakupy (bo ciężko coś znaleźć), stanie w kolejce do kasy.
- **Mięso i wędliny nie zawsze są świeże.**
- **Brak lokalnych produktów.**
- **Bałagan.**
- **Tłumy** ludzi.

***Źródło**: Eating Habits, badanie jakościowe, Ipsos 2021*

Tak też wybieramy konkretny dyskont:
Blisko domu – jak sklep osiedlowy. Najbardziej atrakcyjne ceny – jak kiedyś markety

POWODY WYBORU NAJCZĘŚCIEJ UCZĘSZCZANEGO DYSKONTU



Dane: *w %*
Pyt.: *K8a. Powiedział(a) Pan(i), że dyskont, w którym najczęściej kupujecie żywność to … . Dlaczego akurat ten? Proszę podać wszystkie powody.*
Baza*: N=1322/388/87/160/31*

Wartość istotnie wyższa/niższa niż wartości dla Biedronki (przedział ufności 95%)

Dyskonty „skradły” też nasze serca, bo dodatkowo: nas inspirują, rozszerzają spektrum produktów, których używamy w kuchni. Kluczową rolę odgrywają tu Biedronka oraz Lidl

*„**Dużo pomysłów czerpałam** też **z gazetki „Moje smaki życia”**, które ukazywały się kiedyś co miesiąc w Biedronce. Bardzo, bardzo żałuję, że już nie ma tej gazetki. **Była bardzo starannie wydawana, a przepisy w niej zawarte – znakomite!***

*Teraz są za to inne formy podrzucania pomysłów: w ostatni piątek np. **za wydanie min. 20 zł na produkty Asia Flavour dostaliśmy pięknie wydaną książkę z przepisami Czas na Azję**. Z tej serii (na podobnych zasadach) mamy już Portugalię i Grecję.”*

*„Wydaje mi się, że fajna jest tematyka w Lidlu, są tam **tygodnie różnych krajów i można spróbować różnych rzeczy**. Fajnie to wyszło wg mnie. Np. taki **przecier pomidorowy włoski na stale u mnie zagościł**, ma bardzo dobry skład i cenę. **Ser grecki też wszedł na stałe** do mojego menu, inne produkty też.*
***Lubię stanowiska tematyczne**, np.. włoskie czy greckie wtedy mam chęć spróbować czegoś nowego w mojej diecie”*

*„Czasem **widzę jakiś kolorowy makaron, inny rodzaj sera, a nawet ciekawą mieszankę mrożonych warzyw, wtedy po to sięgam i staram się zrobić z tego coś dobrego**. Czasem **przechodzę** obok jakiegoś produktu **i przypomina mi się, że widziałam jakiś przepis** z tym albo patrząc nabieram ochoty na jakąś potrawę. Jem wzrokiem, więc chcę by na talerzu było kolorowo i świeżo.”*

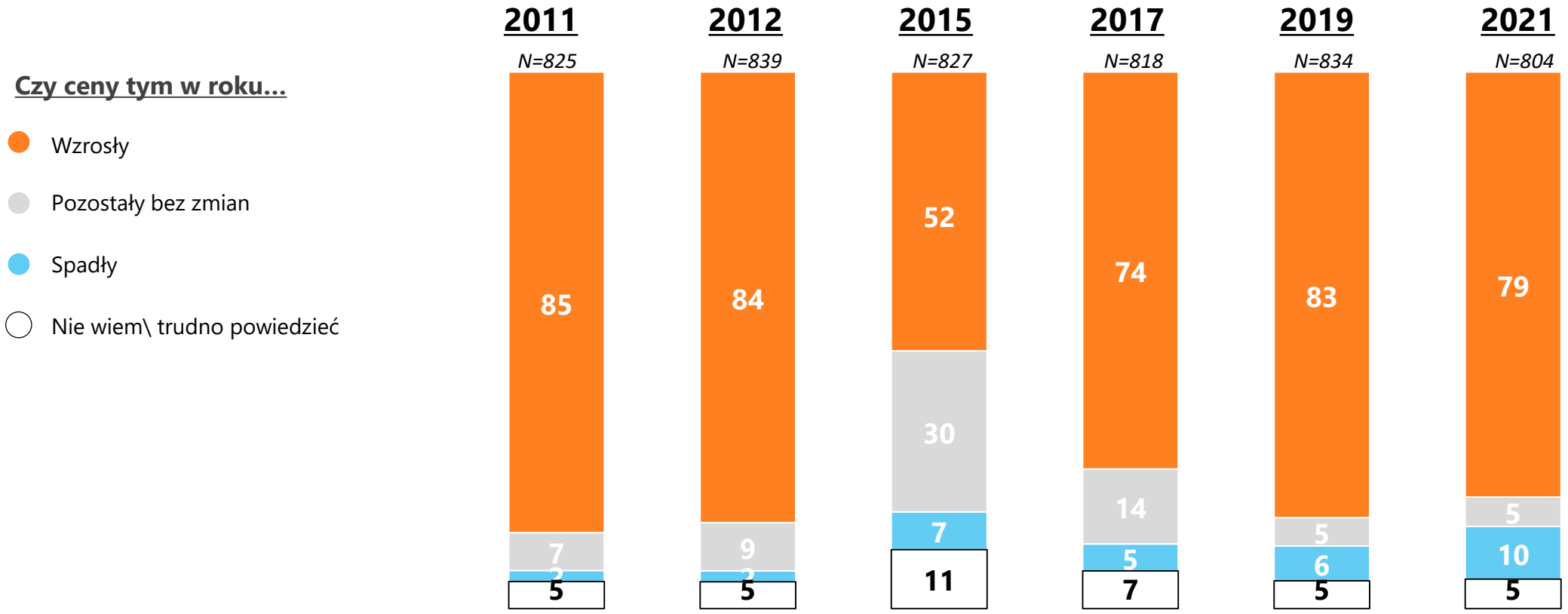
***„Zawsze się zastanawiam co będzie nowego w Biedronce**, bo też jestem ciekawa nowości i dla wypróbowania smaku jestem w stanie kupić taki produkt. **Zawsze ciekawe rozwiązania i te żywieniowe i te produkty dla domu**.”*

***Źródło**: Eating Habits, badanie jakościowe, Ipsos 2021*

Ceny
i promocje

Polacy rok do roku odczuwają wzrost cen żywności

PERCEPCJA CEN ŻYWNOŚCI

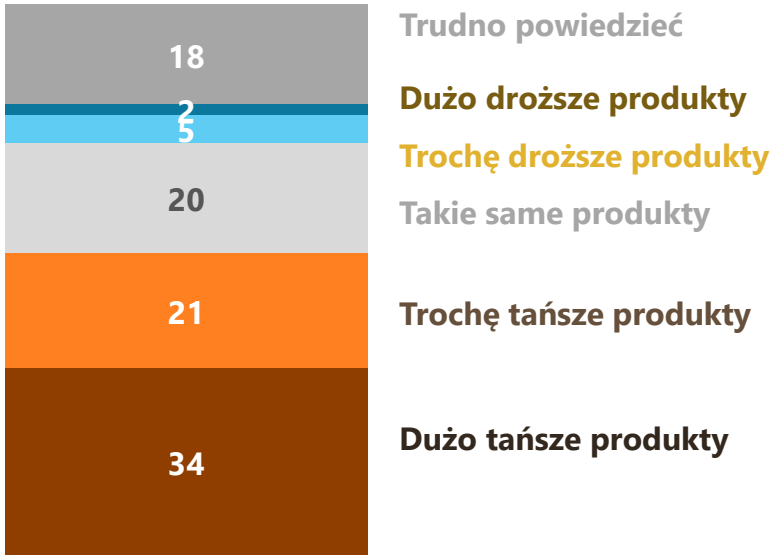


Dane: *w %*
Pyt.: *B13.1. Czy w Pana(i) odczuciu w tym roku ceny produktów spożywczych...:*
Baza*: wszyscy respondenci, 'Trendy w zwyczajach żywieniowych' 2011-2021 n=ok.800*

Zdaniem większości Polaków obecnie wydaje się na zakupy spożywcze więcej niż 25 lat temu. Jedynie co 10 osoba uważa, że wtedy wydawała więcej (są to szczególnie osoby nieco starsze). Ponad połowa społeczeństwa jest też przekonana, że ceny produktów były wtedy niższe.

MIESIĘCZNE WYDATKI NA ZAKUPY ŻYWNOŚCI 25 LAT TEMU

CENA PRODUKTÓW KUPOWANYCH 25 LAT TEMU



Dane: *w %*
Pyt.: *K121. Ile żywności– objętościowo – kupował/a Pan/i / kupowało się miesięcznie 25 lat temu w porównaniu do teraz? K13. Jak często robił/a Pan/i / robiło się zakupy żywności 25 lat temu w porównaniu do teraz?*
Baza*: Respondenci w wieku >30 lat: N=1545*

Ze wzrostem cen radzimy sobie korzystając z promocji. O promocjach częściej dowiadujemy się będąc w sklepie niż z gazetek. Jest pewna pula osób, która do gazetek zagląda, ale raczej w formie elektronicznej

Duża część konsumentów deklaruje, że już tak nie śledzi gazetek, ponieważ:

- **Promocje są dobrze oznaczone w sklepach**, a będąc w nich kilka razy w tygodniu i tak **jest się na bieżąco;**
- **Coraz mniej jeździ/ chodzi się do sklepów „za promocją”**; raczej: korzysta z promocji w sklepie, w którym i tak się regularnie kupuje;
- **Wciąż patrzy się na ceny produktów, ale jednak mniej, niż kiedyś** (część konsumentów odnosi wrażenie, że ceny w poszczególnych sklepach się wyrównały, bo dyskonty nie są już takie tanie…);
- **ALE: ciekawe są gazetki, które podpowiadają nam pomysły na dania czy koktajle** → tymi konsumenci (zwłaszcza młodsi) wykazują zainteresowanie.

Ci, którzy wciąż przeglądają gazetki → bardzo często korzystają w tym celu z aplikacji, zwłaszcza młodsi (→ Goodie, Tropiciel okazji), nie z formy papierowej.

*„**Korzystam z aplikacji „Tropiciel Okazji"** i tam przeglądam głównie gazetki Lidla i Biedronki, bo w nich najczęściej robię zakupy**. Korzystam** z gazetek, **żeby zobaczyć, czy na dany tydzień nie będzie ciekawej promocji i czy będzie się coś opłacało bardziej kupić akurat w tym sklepie**.*
***Lidl i Biedronka mają chyba też gazetki**, które mi się najlepiej przegląda, są **estetyczne** i to chyba dlatego.”*

*„**Najlepsze gazetki ma wg mnie Biedronka**. Korzystam z nich na co dzień. Zawsze bierzemy gazetkę w poniedziałek i czwartek. Jest oczywiście forma internetowa, ale ja preferuję tę papierową.*
***Mam wtedy informację o wszystkich aktualnych promocjach, zakupach łączonych, atrakcjach** tj. promocje w ramach tygodnia Asian Flavours.”*

***W sklepie wypatruję promocji**, bardziej patrzę na produkty, które są w korzystnej cenie. Rzadziej przeglądam gazetki*

Promocje, na które konsumenci zwracają największą uwagę to wielosztuki (a więc trochę wbrew modzie na zakupowy minimalizm ;))
ALE także:

- **Promocje, dzięki którym można dostać jakąś książkę z przepisami kulinarnymi** (w Biedronce czy Lidlu).
- **Promocje na zdrowsze artykuły w bardziej atrakcyjnych cenach,** np.:
  - Smoothies 2+1,
  - Bio owoce i warzywa
  - Owoce niekoniecznie bio, ale za to takie, które można kupić w większej ilości i wycisnąć sobie z nich sok.
- **Swojego czasu: akcja promocyjna ze Świeżakami, która zrobiła furorę** (bo zabawki były dobrej jakości i podobały się dzieciom).
- **Promocje, kiedy zakup produktu z kartą sklepu (np. Biedronki) jest w lepszej cenie**, niż bez niej → dla regularnych klientów.
- **Promocje wspierające nie marnowanie żywności** (produkty z krótką datą ważności).
- **Konkursy z nagrodami dla dzieci** na początek roku szkolnego (ale wspomniała o tym tylko jedna osoba).

*„**Masło kilka sztuk w niższej cenie - pojawia się teraz bardzo często (to samo z jogurtami), Świeżaki** w Biedronce (raz nawet zbierałam naklejki na małego liska :D), w Lidlu **zbieranie naklejek na książki** (też brałam udział - mam kilka książek z Lidla), ostatnio często pojawiają się **promocje na piwa 4+4 gratis** (w Biedronce i w Lidlu) - spoko sprawa, mam potem zapas na imprezy :). **Z kartą „Moja Biedronka**" często są **promocje -50% na wybrane artykuły.**"*

*„Lubię **akcje w Lidlu >Kupuję, nie marnuję<, czy jakoś tak**. Gdzie taniej można dostać produkty z krótkim terminem ważności.*
***Ostatnio często korzystałem z tzw. wielopaków jeśli chodzi o napoje takie jak Cola, czy Ice tea**. Lubię te napoje, a po wprowadzeniu podatku cukrowego w niektórych sklepach np. Żabka czy Lidl zdarzyło się, że były one w wielopakach lub promocjach 2+2 taniej niż przed wprowadzeniem podatku.*"

*„Dla mojego męża była to **promocja piwa 12+12 gratis**. Promocję na piwo mąż „ustrzelił" w Biedronce akurat i był to Heineken. **Mam całe kolekcje Świeżaków , Fajniaków, książki kulinarne. Bardzo to lubimy** (to oczywiście w Biedronce). Tym bardziej, że są one **bardzo dobrej jakości**. **Biedronka miała też konkurs dla uczniów**, trzeba było namalować pracę i były do wygrania ciekawe nagrody w związku z początkiem roku szkolnego, córka kilka razy brała udział.*"

Promocje, na które konsumenci zwracają największą uwagę to wielosztuki (a więc trochę wbrew modzie na zakupowy minimalizm ;)) (2/2)

*„**10 piw a drugie 10 gratis :) - fajna promocja**, akurat korzystałem wtedy z Lidla, ale w Biedronce też były podobne akcje promocyjne."*

*„Często kupuję **wielopaki mleka po 12 sztuk jest chyba 6+6."***

*„Pamiętam **tydzień amerykański w Lidlu i mega promo na burgery oraz sosy**. Drugi produkt chyba 44 % taniej."*

*„Lubię lidlowskie promocje na piwa, bo mają ich **fajny wybór z ciekawych browarów. Np przy zakupie 8 piw, płacisz za 4**. Ogólnie **lubię promocje typu 3 za 2."***

*„Często jest zrób zakupy za jakąś cenę i **dostaje się książkę Lewiatan**, a tam można znaleźć dużo dobrych przepisów. Albo jakieś **zbieranie naklejek** kupiłem sobie z tego komplet noży :.)"*

*„Od 2 lat zbieram "żappsy" w aplikacji "Żappka" w moim smartfonie i **wymieniam je parę razy w roku na bezpłatne produkty."***

*„Ostatnio **w Żabce** była taka akcja, z której skorzystałem, że jak kupisz 4 Łomże to masz kod na canal plus przez miesiąc."*

*„**Lubię promocje 1 +1 za gr**. Są bardzo fajne. Najczęściej kupowałam mozarrelle, serki, soki. Bardzo chętnie kupujemy wtedy. Bardzo byłam zadowolona. A i jeszcze jakieś drogie słodycze w ten sposób kupiłam. Miałam na bardzo długo."*

*„Biedronka ma częste promocje **3 za 2."***

***„W Lidlu na koniec dnia przeceniają niektóre produkty którym kończy się data ważności**. Czasem można coś dobrego kupić na drugi dzień na obiad. W Biedronce często są promocje kup dwa produkty z działu przemysłowego, a za drugi zapłacisz 50%. Tak kupiłam dwie pufy."*

*„Pamiętam jak w Biedronce była promocja że przy zakupie powyżej 50 zł dostaje się naklejkę i jak się uzbiera 60 to dostaje się maskotkę albo jak się kupi majonez Winiary to można wygrać pieniądze. **Uważam że to świetna sprawa bo zachęca do częstych odwiedzin w takim sklepie zwłaszcza jeśli są różne te promocje :)"***

***„Często korzystam z promocji głównie są to wielopaki, obniżka cen.** Ostatnio widziałam reklamę Biedronki, która daje klientom **voucher na kolejne zakupy** za zakup konkretnego produktu. Uważam, że to też jest fajna promocja."*

Zmiany wywołane pandemią

Czy pandemia coś zmieniła w naszych przyzwyczajeniach?

Raczej tylko na krótko

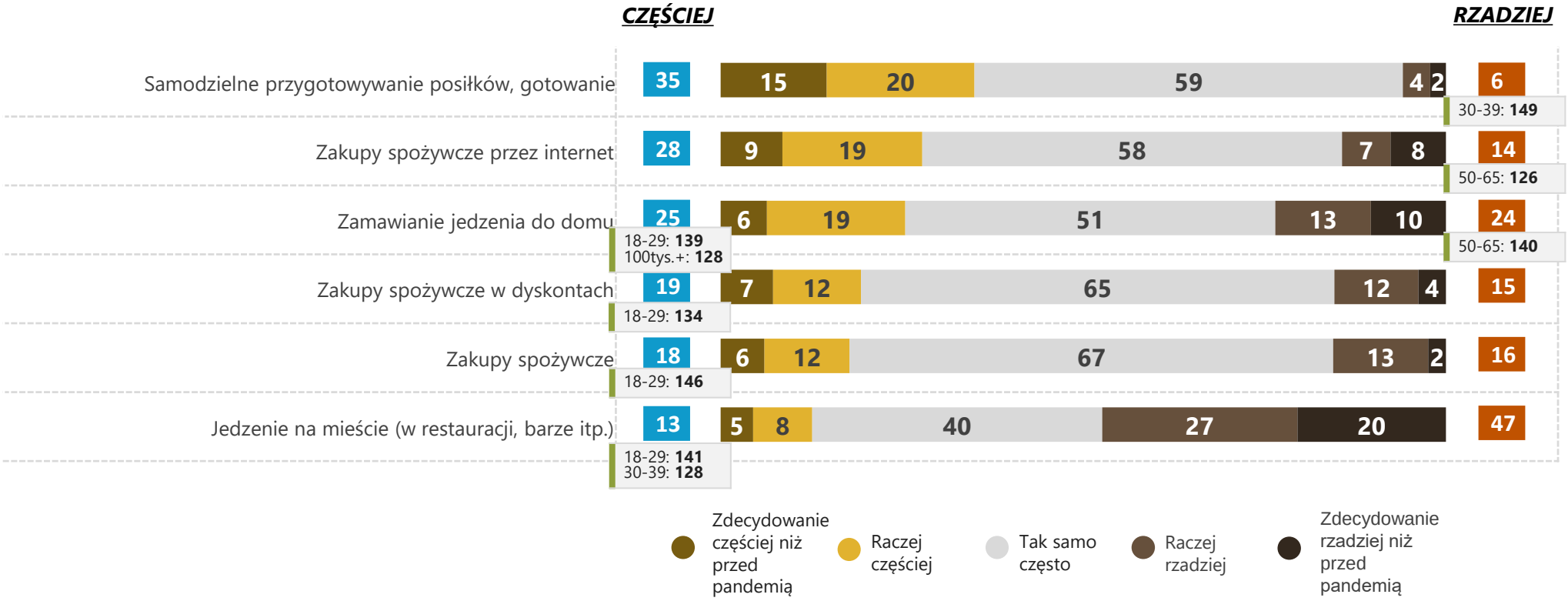
Spodziewaliśmy się kolejnej rewolucji w handlu z powodu pandemii – większego rozwoju e-commerce.

Tymczasem pozostaliśmy przy naszych zwyczajach, tylko trochę je zmodyfikowaliśmy:

- Częściej wybieraliśmy się na mniejsze zakupy
- Początkowe zainteresowanie kupowaniem produktów przez internet nie przyjęło się na dłużej.
- Chętniej dokonywaliśmy zakupów stacjonarnych w większych sklepach (choć osiedlowe miały się dobrze), drogeriach oraz na targach/ bazarach.

Największa zmiana, którą przyniosła pandemia, dotknęła restauracje i bary – prawie połowa Polaków przyznaje, że obecnie jada na mieście rzadziej niż przedtem. Pandemia sprawiła też, że co 3 osoba częściej sama gotuje i spora część częściej robi zakupy przez internet. Wpływ koronawirusa na zamawianie jedzenia do domu, zakupy w dyskontach i zakupy spożywcze w ogóle nie jest jednoznaczny.

ZAKUPY ŻYWNOŚCI W RÓŻNYCH MIEJSCACH – CZĘŚCIEJ CZY RZADZIEJ NIŻ PRZED PANDEMIĄ?



Dane: *w %*
Pyt.:*. C1. Ostatnie półtora roku, wraz z pandemią koronawirusa, przyniosło wiele zmian w różnych sferach życia. Wiele osób zmieniło także swoje zwyczaje związane z żywieniem, zakupami itp. Dla każdej z poniższych czynności proszę powiedzieć, czy obecnie wykonuje ją Pan(i) częściej czy rzadziej niż przed pandemią.*
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003*

Pandemia tylko na początku miała wpływ na zmiany zwyczajów zakupowych Polaków. Teraz raczej wraca się już do starych przyzwyczajeń (sprzed pandemii)

Zmiany w pierwszych miesiącach trwania pandemii:

- Same początki: **kupowanie na zapas i to na bardzo dużą skalę**; z czasem to „szaleństwo zakupowe" wyhamowało.
- **Rzadsze wizyty w sklepach.**
- **Chodzenie do sklepów pojedynczo** (a nie: z dziećmi, czy z partnerem/-ką).
- **Wybieranie takich pór robienia zakupów, kiedy jest mniej osób** (np. po 21:00 lub gdy sklepy były otwarte całodobowo – część nawet w nocy).
- Niektórzy zdecydowali się na **zamawianie zakupów online, z dostawą pod drzwi.**
- **Część** (zwłaszcza młodsi, bez rodzin): **nie zmieniła swoich zwyczajów** zakupowych i kupowała z podobną częstotliwością, co przed pandemią.

ALE: bez względu na to, czy wprowadzali jakieś zmiany, czy nie, obecnie wiele osób wróciło już do nawyków zakupowych sprzed pandemii.

„Kilka razy zdarzyło mi się zrobić zakupy przez Internet tzn. przez aplikację Glovo. Ale nie sprawdziło się to w moim przypadku, bo wielu produktów nie ma w opcji zamówienia (np. przy robieniu zamówienia z Biedronki nie było do wyboru połowy wędlin, nabiału czy nawet mrożonek), więc zrezygnowałem z tej możliwości robienia zakupów.
Na początku pandemii robiłem zapasy, jak na koniec świata :), ale po czasie stwierdziłem, że to w sumie głupie i zacząłem funkcjonować tak jak wcześniej, czyli zakupy kilka razy w tygodniu."

„Tylko w marcu 2020 narobiliśmy zapasów, których nie mogliśmy przejeść do lata... :D Później wróciliśmy do swoich przyzwyczajeń, z tą różnicą, że staraliśmy się robić zakupy albo bardzo wcześnie albo bardzo późno żeby spotykać jak najmniej ludzi."

„Zdecydowanie więcej kupuję przez internet, z dowozem pod drzwi (również żywność). Często kupuję w e-ryby - mega smaczna manufaktura rybna, przywożą pod dom, podobnie sushi w Geisha Sushi Targówek."

Ten trend potwierdzają też eksperci

„Z jednej strony jak mamy czas pandemii to widać większą tendencję do ***kupowania na zapas****. To powoli zaczęło spadać, bo w czasie pandemii np.. **po 100-200% wzrosła sprzedaż mleka UHT.** Masło, sery też było zwiększone, więc przez te 1,5 roku to **taki trend, żeby kupić coś, co będzie długotrwałe**.*

***Teraz już się to ustabilizowało**. **Na początku to był efekt zamknięcia, że nam wzrosła sprzedaż o 200-300% dziennie**, tak jak we wszystkich sklepach, **były czyste półki praktycznie**.*

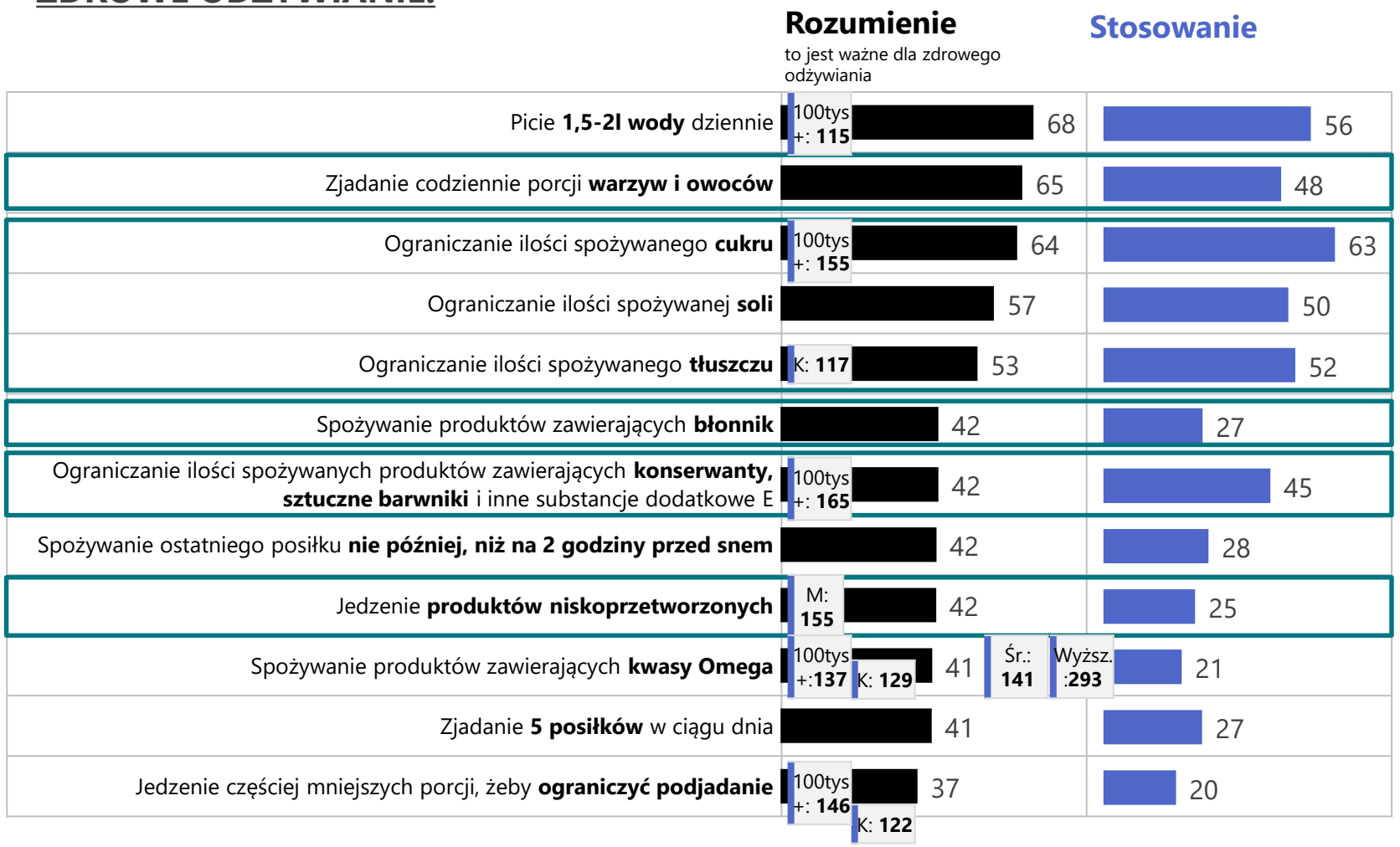
*Teraz wróciło do normy, ten **konsument stara się jednak raz na kilka dni chodzić do sklepu**, jak kupimy jogurt czy twaróg to on 2-3 dni poleży i nie ma problemu, bo on wciąż będzie świeży."*
Ekspert zewnętrzny, producent żywności

Ipsos
BIEDRONKA ZMIENIA NAWYKI ŻYWIENIOWE POLAKÓW
6
Biedronka

Sieci handlowe – w tym Biedronka – pomagają nam w tym rozdarciu pomiędzy zdrowym odżywianiem a przyjemnością jedzenia.

Biedronka, swoimi działaniami, adresuje kluczowe przekonania związane ze zdrowym odżywianiem

ZDROWE ODŻYWIANIE:



Reorganizacja sklepu: warzywa i owoce w pierwszej alei. Szeroka oferta. Lokalni dostawcy.

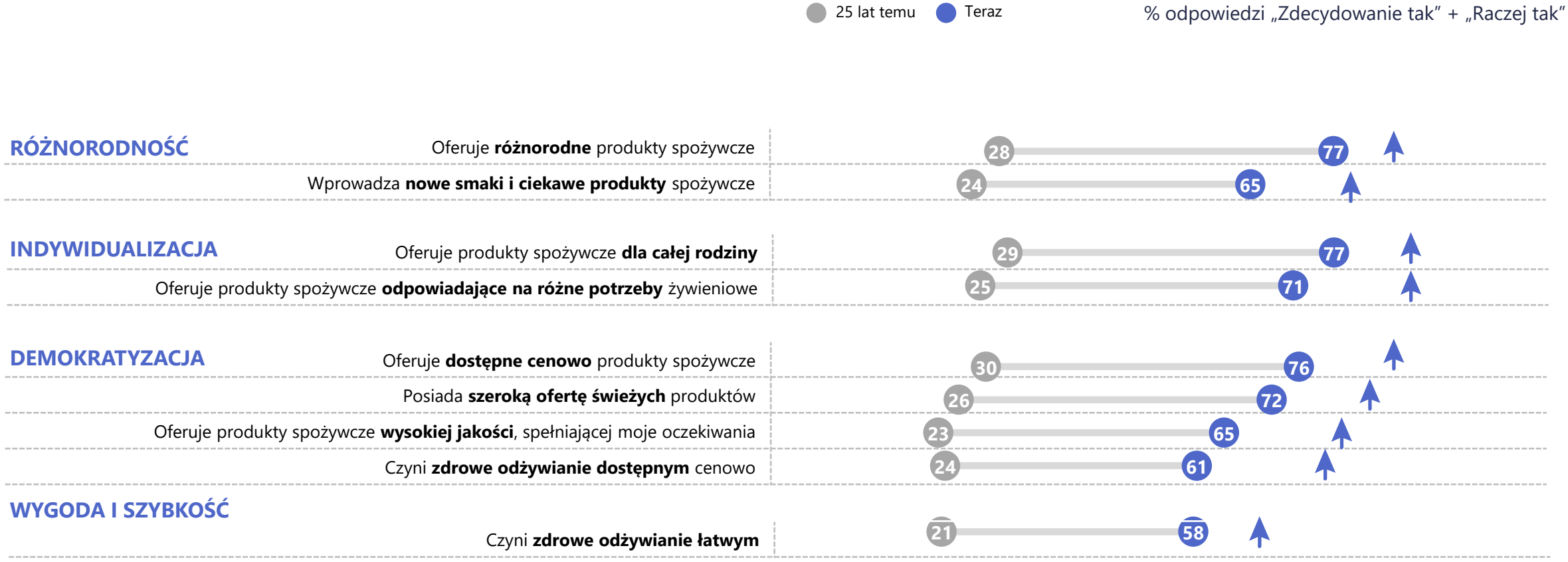
Proces reformulacji - poprawy składu i wartości odżywczej produktów.

Produkty wzbogacone o błonnik

Czyste etykiety. Znakowanie produktów.

Dane: *w %*
Pyt.: *OM02. Na czym, przede wszystkim, polega, Pana(i) zdaniem, zdrowe odżywianie? OM03a. Które z tych zasad stosuje Pan(i) na co dzień?*
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003.*

My, konsumenci, widzimy i doceniamy zmiany, które nastąpiły w Biedronce w ciągu ostatnich 25 lat



Dane: *w %*
Pyt.: *W1a. Proszę zaznaczyć, na ile Pana(i) zdaniem każde z poniższych zdań pasuje do sklepów sieci Biedronka. W1b. Proszę pomyśleć o tym, jakim sklepem była Biedronka 25 lat temu. Proszę zaznaczyć, na ile każde z poniższych zdań pasowało wtedy do sklepów sieci Biedronka.*
Źródło*: „Zwyczaje żywieniowe w Polsce", raport IPSOS dla Jerónimo Martins 2021; baza w tym badaniu: wszyscy respondenci (total): N=2003, respondenci w wieku >30 lat, którzy odpowiadali na pytania o perspektywę 25 lat wstecz: n=1545.*

Wartość istotnie wyższa/niższa niż 25 lat temu (przedział ufności 95%)

Co prawda wierzymy, że nasz styl jedzenia zależy przede wszystkim od naszych indywidualnych wyborów, ale dostrzegamy też wpływ działań sieci handlowych

Sieci handlowe oferują zarówno produkty zdrowe jak i dużą grupę produktów, których spożycie należy ograniczać w codziennej diecie, dlatego ich rola w propagowaniu zdrowego żywienia jest niejednoznaczna dla konsumentów:

- Konsumenci doceniają **ofertę sieci w zakresie świeżych warzyw i owoców oraz rozwój półki bio/ eko i gotowych dań wegetariańskich**; część sklepów podejmuje też działania mające na celu promowanie zdrowego odżywiania (np. świeżaki w Biedronce, zlokalizowanie świeżych produktów na wejściu do sklepu czy kanał Lidla na YT, gdzie znani kucharze pokazują, jak zdrowo gotować).

- Jednak w oczach konsumentów, zdrowe produkty są droższe od standardowych i stosunkowo rzadziej można je kupić na promocjach (nie licząc owoców i warzyw). **Znacznie częstsze i bardziej atrakcyjne promocje na produkty niezdrowe** (np. przekąski, piwo) budują przekonanie o promowaniu przez sieci raczej niezdrowego stylu żywienia.

- Część konsumentów: nie widzi tu różnicy między działaniami różnych sieci w zakresie wspierania zdrowego odżywiania; **część zauważa, że Biedronka i Lidl pozytywnie się wyróżniają** (i robią więcej, niż inni).

*„Myślę że to **klient musi być bardziej na tym skupiony co chce kupić i jakiej jakości szuka,** jedyne co może sklep zrobić to wskazać na jakich półkach takie produkty lepszej jakości znajdzie."*

*„Myślę, że sklepy obecnie coraz bardziej zapewniają lepszą jakość. **Jest duży wybór artykułów vege, bio. Są specjalne półki z dobrą żywnością. Mają bardzo duży wybór warzyw i owoców."***

*„Chyba pomagają klientom. Jak tylko wchodzi się do sklepów to w większości przypadków **na samym początku są warzywa i owoce**. Moim zdaniem to podkreślenie jak bardzo są ważne. Są **akcje takie jak świeżaki** w Biedronce czy **wyprzedaże warzyw** w Lidlu, na koniec dnia - super sprawa."*

...I oczekujemy, by sieci robiły jeszcze więcej

- Konsumenci mają wrażenie, że **dobre znakowanie produktów w sklepach dotyczy jedynie produktów zdrowych.** Brakuje tego typu nawigacji w zakresie produktów nie zaliczanych do zdrowej żywności.
- Wydaje się, że **wyzwanie nadal stanowią etykiety** – wiąż duża grupa konsumentów ich nie czyta – wsparcie sieci w tym aspekcie byłoby przez konsumentów pożądane.
- **Promocje na zdrowe produkty, owoce i warzywa** mogłyby się pojawiać **częściej.**
- Również **wsparcie w komponowaniu zbilansowanych posiłków** byłoby cenione (np. aplikacja).

*„Jak oznaczają te zdrowe produkty w sklepie, to **mogliby również zaznaczać te które mają dużo konserwantów i chemii.**"*

*„Mogliby co tydzień robić **informacyjną reklamę o składzie** np. jogurtów potem np.. paczkowane sery itp. Myślę, że to by przyciągnęło uwagę."*

*„**Przydałby się specjalne promocje na eko i fit produkty**. Jakieś cykliczne, ponieważ wiele z nich jest niestety drogich."*

*„Może duże sklepy **mogłyby stworzyć jakąś aplikację,** która pomogłaby odżywiać się zdrowo kupując konkretny produkt znajdujący się w tym sklepie i tworzyć z niego zdrowy/ zbilansowany posiłek."*

*„Sklepy mogłyby bardziej pomagać, gdyby **zamawiały zdrowsze produkty, mniej napakowane konserwantami**, ale to jest skomplikowany proces, który **trzeba było by zacząć na poziomie produkcji**."*

*„Myślę, że **promocje też mogą zachęcić do zakupu zdrowych artykułów**, wiele osób wybiera gorsze jakościowo produkty ze względów finansowych."*

Eksperci od żywienia również doceniają wkład sieci handlowych (w tym Biedronki) w poprawę jakości żywienia Polaków

SZEROKA OFERTA WYSOKIEJ JAKOŚCI ŻYWNOŚCI W PRZYSTĘPNYCH CENACH:

- ROZWÓJ MAREK WŁASNYCH
- REFORMULACJE SKŁADU I WARTOŚCI ODŻYWCZEJ PRODUKTÓW
- CZYSTE ETYKIETY
- PRODUKTY EKO I ŻYWNOŚĆ DOSTOSOWANA DO RÓŻNYCH POTRZEB ŻYWIENIOWYCH

EDUKACJA:

- ETYKIETY - DOBROWOLNE ZNAKOWANIE PRODUKTÓW
- ARTYKUŁY O ZDROWYM ŻYWIENIU I PRZEPISY KULINARNE
- AKCJE PROMUJĄCE ZDROWĄ ŻYWNOŚĆ

WSPÓŁPRACA Z LOKALNYMI DOSTAWCAMI

*„**Sieci handlowe demokratyzują zdrowe żywienie**: oferują wysokiej jakości produkty w dostępnych cenach.“*
Ekspert naukowy

*„**Dzięki zaangażowaniu Biedronki** w działania edukacyjne, **nasze zalecenia żywieniowe** oparte na rzetelnych badaniach naukowych **trafiają pod strzechy.**“*
Ekspert naukowy

***Źródło**: Badane Eating Habits, wywiady z ekspertami, Ipsos 2021*

Sieci handlowe stale rozszerzają ofertę wysokiej jakości produktów. (1/2)

SZEROKA OFERTA WYSOKIEJ JAKOŚCI ŻYWNOŚCI W PRZYSTĘPNYCH CENACH:

ROZWÓJ MAREK WŁASNYCH

REFORMULACJE SKŁADU i WARTOŚCI ODŻYWCZEJ PRODUKTÓW

CZYSTE ETYKIETY

- Eksperci wskazują na **ogromny rozwój rynku produktów żywnościowych** w ciągu ostatnich 25 lat:
  - Od nastawienia na najniższe ceny, często kosztem jakości – w latach 90-tych;
  - Do **znaczniej poprawy jakości produktów żywnościowych w ostatnich latach – dzięki poprawie składu i wartości odżywczej produktów:**
    - Reformulacje dotyczą głównie obniżania w produktach tłuszczu, cukru i soli, ale - w zależności od kategorii żywności - mogą również oznaczać wzbogacanie żywności w dobroczynne substancję, np. błonnik czy witaminy.
    - Specjaliści są zgodni co do tego, że ulepszanie składu I wartości odżywczej produktów to **efekt zwiększającej się świadomości konsumentów i rosnącego trendu na czytanie etykiet.**
  - Eksperci podkreślają **wkład sieci handlowych jako inicjatora tego typu działań** oraz fakt, że inicjatywy te są często prowadzone **przy współpracy z instytucjami profesjonalnie zajmującymi się żywieniem**, a więc w oparciu o rzetelną wiedzę i wiarygodne badania naukowe.
- **Reformulacje produktowe i trend na „czyste etykiety" to najsilniejsze obecnie tendencje** na rynku żywności obserwowane przez specjalistów od żywienia i wysoko przez nich cenione:
  - Efektem tych działań jest bowiem **poszerzenie oferty wysokiej jakości produktów żywnościowych dostępnych cenowo dla masowego odbiorcy.**
- Ogromną metamorfozę przeszły **marki własne**: od produktów najtańszych na rynku – do oferujących **dobrą jakość w skojarzeniu z przystępną ceną.**

© Ipsos

Sieci handlowe stale rozszerzają ofertę wysokiej jakości produktów. (2/2)

SZEROKA OFERTA WYSOKIEJ JAKOŚCI ŻYWNOŚCI W PRZYSTĘPNYCH CENACH:

ROZWÓJ MAREK WŁASNYCH

REFORMULACJE SKŁADU PRODUKTÓW

CZYSTE ETYKIETY

*„Przede wszystkim producenci i sieci handlowe zapewniają **dostęp do produktów dobrej jakości za przystępną cenę.”***
Ekspert naukowy

*„Biedronka i Lidl **dostarczają na masową skalę żywności przyzwoitej jakości, bezpiecznej i taniej.”***
Ekspert Kulinarny

*„Udział marek własnych sieci handlowych w zdrowym żywieniu jest obecnie bardzo duży. **Marki własne dbają o wysoką jakość i oferują naprawdę dobre produkty w dostępnej cenie.”***
Ekspert naukowy

*„Patrzę na produkty przetworzone w sklepach i muszę powiedzieć, że **skład zmienia się na korzyść.** Sama też kupuję np. **zupy gotowe i widzę że są przygotowane na wywarach warzywnych, soli wcale tak dużo nie mają**, przyprawiane są ziołami. I smaczne.”*
Dietetyk

***„Z czasem zaczęła się pogłębiać wiedza na temat dodatków do żywności, więc klienci zaczynają czytać etykiety i zwracają uwagę bardzo na skład**, niekoniecznie na producenta.*

***Nie do końca klienci się znają na dodatkach do żywności.** Uważają, że zobaczą że jest E i od razu to jest złe i rezygnują z produktu z tego powodu. **Liczne artykuły się pojawiają, że barwniki są szkodliwe dla dzieci, więc tego szukają na etykietach**.”*
Producent żywności współpracujący z siecią Biedronka

Jakość – to temat, który angażuje wszystkich: konsumentów, producentów, a także regulatorów

- W ostatnich latach widać wyraźną poprawę jakości produktów w sklepach. To efekt działań z wielu stron: producenci rozszerzają ofertę z myślą o bardziej wymagających konsumentach, rozwija się produkcja regionalna i ekologiczna, a dodatkowo w temat jakości angażuje się Unia Europejska

UNIA EUROPEJSKA

- Unijne strategie **From Farm to Form i Green Deal** mają mieć konkretny wpływ na produkcję spożywczą, bo zakładają:
  - ograniczenie stosowania pestycydów o 50%
  - prowadzenie produkcji ekologicznej na co najmniej 25% powierzchni wszystkich użytków rolnych UE

PRODUCENCI

- **Organizacje producentów same zabiegają o poprawę jakości ich produktów**, tworzą systemy kontrolowania jakości
- A jakość to nie tylko zbiór końcowych parametrów. To także proces produkcji - w tym np. ślad węglowy (emisje związane z przewozami) a także np. dobrostan zwierząt

KONSUMENCI

- **Zaczęli zwracać uwagę na skład produktów** – liczy się dziś „czysta etykieta" – krótki skład, najlepiej bez „chemii" czyli sztucznych barwników i konserwantów
- **Liczy się dla nich także pochodzenie** – polska produkcja oznacza nie tylko świeższy (krótszy transport), ale także miejsca pracy w Polsce

„Pojawiają się programy kulinarne, influencerzy *pokazują co w produktach spożywczych się znajduje. Programy w szkole. Nasi rodzice jeszcze pamiętają hasło „cukier krzepi" a* ***dziś wiedza konsumencka zupełnie innym miejscu.*** *Internet wrze jeśli pojawi się produkt z długim składem."*
Ekspert w zakresie regulacji prawnych

„Rynek reguluje to co się sprzedaje. *Świadomość konsumenta zmienia rynek."*
Ekspert w zakresie regulacji prawnych

Biedronka

Ipsos

Edukacja – Polacy znają ogólne zasady żywienia, ale trudno im przełożyć wiedzę na konkretne zachowania. Biedronka w tym pomaga. (1/2)

EDUKACJA:

ETYKIETY - DOBROWOLNE ZNAKOWANIE PRODUKTÓW

POPULARYZOWANIE WIEDZY O ZDROWYM ŻYWIENIU

AKCJE PROMUJĄCE ZDROWĄ ŻYWNOŚĆ

- **Dobrowolne znakowanie produktów (RWS i Nutri-score) to spektakularne działanie sieci Biedronka w zakresie zwiększania świadomości** Polaków na temat czytania etykiet. Zdaniem ekspertów, żadna sieć handlowa nie podejmuje tego typu działań na tak dużą skalę.

- Biedronka jest również ceniona przez ekspertów ze względu na duże zaangażowanie w działania edukacyjne popularyzujące zdrowe żywienie.
  - **Eksperci naukowi i dietetycy współpracujący z siecią Biedronka podkreślają, że dzięki tej współpracy znacząco zwiększają efektywność swoich działań w zakresie popularyzowania wiedzy na temat żywienia:**
    - Dostęp konsumentów do rzetelnej wiedzy naukowej jest, ich zdaniem, ograniczony w sytuacji kiedy autorytetami od żywienia stali się influencerzy internetowi oferujący łatwy i przyjemny content, nie zawsze zgodny z rzetelną wiedzą naukową. **Dzięki Biedronce artykuły i przepisy kulinarne** opracowane w oparciu o rzetelną wiedzę o żywieniu **docierają do bardzo szerokiej grupy odbiorców.**
  - Również **akcje promujące zdrową żywność** przekładają się, zdaniem ekspertów, na propagowanie odpowiednich wyborów żywieniowych. Np. akcja „Świeżaki" - najbardziej rozpoznawane ze wszystkich działań tego typu przeprowadzanych przez sieci handlowe.

© Ipsos

Edukacja – Polacy znają ogólne zasady żywienia, ale trudno im przełożyć wiedzę na konkretne zachowania. Biedronka w tym pomaga. (2/2)

EDUKACJA:

DOBROWOLNE ZNAKOWANIE PRODUKTÓW

POPULARYZOWANIE WIEDZY O ZDROWYM ŻYWIENIU

AKCJE PROMUJĄCE ZDROWĄ ŻYWNOŚĆ

***„Biedronka promuje podejście nutrition base product - oparte na dowodach naukowych**, a nie na modach żywieniowych."*
Producent żywności współpracujący z siecią Biedronka

*„Obecnie Polacy mają mniejszy zasób wiedzy, edukacja obniżyła loty. Nasza rzetelna edukacja żywieniowa trafia tylko do wyedukowanych. **Biedronka zrobiła największą akcję edukacyjną w zakresie zdrowego żywienia, która trafiła do ogromnej grupy klientów z różnej wielkości miejscowości."***
Ekspert naukowy

***„Biedronka ma rozbudowany dział warzywno-owocowy** przy wejściu do sklepu, **prowadzi akcje promujące spożycie warzyw** (Świeżaki), opracowuje **gazetki z artykułami o zdrowym odżywianiu**.*
*Współpraca z Biedronką i innymi sieciami handlowymi **pomaga nam promować edukację bo możemy „złapać" klienta**, dotrzeć do niego."*
Ekspert naukowy

***„Biedronka brała udział wspólnie z Instytutem w edukacyjnym programie szwajcarskim**.*
Finansowała materiały edukacyjne i gadżety, organizowała akcję w swoich sklepach.
***Edukowaliśmy klientów, dietetycy udzielali porad**. Ważne, że to był długofalowy proces, nie jednorazowe działanie.*
*W ramach programu lojalnościowego Biedronka **udostępnia książki kucharskie** z przepisami na zdrowe dania.*
*Na pewno podejmują w zakresie edukacji **więcej działań niż inne sieci."***
Ekspert naukowy

© Ipsos

Zdrowe produkty to nie wszystko. Biedronka stawia także na popularyzację wiedzy w zakresie zdrowego żywienia.

EDUKACJA

- Biedronka przeprowadziła **szereg kampanii edukacyjnych** promujących zdrowe żywienie.
- Oparła swoje działania edukacyjne o rzetelną wiedzę żywieniową i prowadzi je **we współpracy z instytucjami zajmującymi się zdrowym żywieniem.**
- Duża liczba sklepów pozwala na **dotarcie do szerokiej grupy konsumentów.**

Zielona Kraina

GANG ŚWIEŻAKÓW

„Opieramy się na autorytetach. Współpracujemy z naukowcami i dietetykami, np. z Narodowym Centrum Edukacji, SGGW, IMiD – bo tam jest wiedza."

„W 2011 podjęliśmy współpracę z Instytutem Żywności i Żywienia. Dietetycy udzielali porad w naszych sklepach, dostępne były ulotki na temat zdrowego żywienia."

„Współpracujemy ze Stowarzyszeniem Osób z Celiakią i na Diecie Bezglutenowej"

„Prowadzimy warsztaty dla dzieci w ramach akcji Zielona Kraina."

„Wprowadziliśmy program lojalnościowy „Gang Świeżaków'" promujący spożywanie warzyw."

„We wrześniu pojawiły się w ramach naszej kampanii przepisy na dietę śródziemnopolską, tj. połączenie założeń diety śródziemnomorskiej z lokalnymi sezonowymi produktami."

„Obniżamy cukier, sól i tłuszcz. Promujemy to w naszych folderach. ***To nasza odpowiedzialność, żeby kreować zdrowe nawyki i wprowadzać te produkty. Jak rozwijamy produkty, to mają być nie tylko smaczne, ale zdrowe i wyprzedzać konkurencję****. Na ile prawo nam pozwala to komunikujemy to na opakowaniu.*
Współpracujemy z Instytutem Matki i Dziecka, Stowarzyszeniem Osób z Celiakią i na Diecie Bezglutenowej. ***Czasami sami wychodzimy do stowarzyszeń ze współpracą."***

© Ipsos

Biedronka

Cytaty pochodzą od ekspertów wewnętrznych sieci Biedronka

Ipsos

HISTORIA DZIAŁAŃ EDUKACYJNYCH BIEDRONKI

Firma rozpoczyna działalność w Polsce

Firma kupuje sklepy sieci Biedronka

Nowa strategia sieci skupiona na jakości produktów

Specjalna oferta
Produktów pochodzących z krajów południowej Europy

Nowa polityka żywieniowa -
Reformulacja żywności

Biedronka wprowadza „Etykiety dla zdrowia"
Sieć rozpoczęła akcję „Etykieta dla zdrowia" wprowadzając oznaczenia na produktach spożywczych, przedstawiające zalecane dzienne spożycie składników odżywczych dla dorosłej, zdrowej osoby (GDA – ang. Guideline Daily Amount).

Wdrożenie system ISO 22000
Dla procesów wprowadzania marki własnej, magazynowania i dystrybucji.

Ograniczanie soli, tłuszczu i cukru
W 2014 roku, Biedronka wspólnie z dostawcami, ograniczyła w artykułach spożywczych marki własnej substancje, których w Polsce spożywa się za dużo. W ten sposób w ubiegłym roku na rynek zostało wprowadzonych mniej soli - o 38 ton, tłuszczu – o ponad 250 ton i cukru – o ponad 120 ton.

Biedronka wprowadza do swojej oferty nową linię produktów „kcalculation - licz kalorie!"
Produkty, których wartość kaloryczna nie przekracza 100 kcal

Program Wiesz, co jesz
W ramach oferty „Wiesz, co jesz" w sklepach Biedronka dostępny był wybór artykułów spożywczych o szczególnych walorach prozdrowotnych. Klienci mogli nabyć m.in. produkty wysokobłonnikowe, bezglutenowe, ryby, sałatki, soki, napoje sojowe, kiełki czy suplementy diety.

Ograniczanie soli, tłuszczu i cukru
W 2015 roku ulepszono skład 45 produktów będących w stałej ofercie sieci, dzięki czemu udało się zapobiec wprowadzeniu na rynek: 274 ton cukru, 69 ton soli i 11 ton tłuszczu.

Pionierska Kampania „Gang Świeżaków"
Ogólnopolska akcja lojalnościowa skierowana do rodzin z dziećmi, promująca regularne zakupy w Biedronce, zwłaszcza owoców i warzyw.

Program Wiesz, co jesz
Uruchomienie specjalnej infolinii, dzięki której można było zasięgnąć porad specjalistów z Instytutu Żywności i Żywienia.

Program „Zielona Kraina"
Młodzież ze szkół w Białymstoku, Kielcach, Poznaniu i Wrocławiu uczyła się m.in. zasad prawidłowego żywienia. Patronat merytoryczny nad programem sprawuje Instytut Żywności i Żywienia.

1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021

Ograniczanie soli, tłuszczu i cukru
W latach 2014-2019 roku ulepszono skład produktów i udało się zapobiec wprowadzeniu na rynek: 2036 ton cukru, 1794 tony tłuszczów i 201 ton soli.

Akcja „Czysta etykieta" (Clean Label)
Łącznie, w całym asortymencie spożywczym marki własnej Biedronka, firm nie używa blisko połowy dodatków do żywności dopuszczonych prawnie w Unii Europejskiej.

Ograniczanie soli, tłuszczu i cukru
W 2020 roku ulepszono skład produktów i udało się zapobiec wprowadzeniu na rynek: 2294 ton cukru, blisko 36 ton soli oraz 28 ton tłuszczu

*„Biedronka na pewno podejmuje w zakresie edukacji **więcej działań niż inne sieci**. Zrobiła **największą akcję edukacyjną w zakresie zdrowego żywienia, która trafiła do ogromnej grupy klientów z różnej wielkości miejscowości."***
Ekspert naukowy

***Źródło**: Badane Eating Habits, desk research, Ipsos 2021*

Sieci handlowe stawiają na lokalnych dostawców, a to również wpływa korzystnie na żywienie Polaków

WSPÓŁPRACA Z LOKALNYMI DOSTAWCAMI

- Lokalność jest ważna wspierana z różnych stron. Konsumenci są zachęcani do kupowania od lokalnych producentów:
  - Akcje promocyjne – wprowadzenie oznakowania „produkt polski"
  - Aplikacja „Pola" do sprawdzania pochodzenia produktów

- Z drugiej strony rosnąca współpraca sieci handlowych z lokalnymi dostawcami żywności ma dwie istotne dla ekspertów implikacje:
  - Wspieranie polskiego rolnictwa, **odpowiedzialne działanie na rzecz rozwoju regionu**, w którym sieć działa
  - **Oferta żywności świeżej, nisko przetworzonej**, dobrze dostosowanej do potrzeb populacji zamieszkującej dany region
    - Przekłada się to na wyższe spożywanie przez Polaków żywności nieprzetworzonej, bogatej w wartości odżywcze

„Sieci handlowe podejmują wyzwania wynikające z trendów globalnych. ***Kontraktują lokalnych producentów, działają odpowiedzialnie*** *i dostarczają świeżą żywność na rynek."*
Ekspert naukowy

© Ipsos

Biedronka anno 2021 to zupełnie inna rzeczywistość, niż 25 lat temu. **Konsumenci dostrzegają i doceniają zmiany.**

Zauważamy, że Biedronka stała się bardziej nowoczesna, a jej oferta skierowana jest do szerokiej grupy odbiorców. (1/2)

ZAKUPY PONAD 20 LAT TEMU…

- **„Bardziej magazyn, niż sklep”**: towar stojący na paletach, nabiał w otwartych półkach, powszechne wrażenie bałaganu, braku uporządkowania.
- **„Tani dyskont ze średnimi produktami”:** Biedronka wyróżniała się cenami oraz produktami marki własnej, raczej przeciętnej jakości; **wybór był mocno ograniczony.**
- Dedykowana raczej osobom z **mniej zasobnym portfelem i niezbyt wygórowanymi oczekiwaniami.**

ZAKUPY DZIŚ:

- **Sklep robi dużo lepsze wrażenie wizualne**: jest bardziej uporządkowany, estetyczny, pojawiły się zamykane lodówki na nabiał czy wędliny, zniknęły palety, warzywa i owoce są ładnie wyeksponowane.
- **Lepsze, bardziej delikatesowe produkty i marki**; **duży wybór**, w tym także: produktów kuchni świata, uznanych producentów, w tym: lokalnych, wege, jest wypiekane pieczywo; jednocześnie: wrażenie, że ceny też poszły w górę.
- **Biedronka jest „dla wszystkich”**, ma **zróżnicowany asortyment**, **każdy znajdzie tu coś dla siebie** (i ci mniej wymagający i Ci bardziej, z większą zasobnością portfela).
- Jest **bardziej nowoczesna** (kasy samoobsługowe, estetyczne lodówki, nowe produkty, większa dbałość o czystość, „fajne” stanowiska z pieczywem, więcej przestrzeni, wprowadzenie stoisk z wędlinami, serami, świeżym mięsem → ale te ostatnie tylko w niektórych sklepach).
- Pojawiły się promocje z kartą Biedronka czy „wielosztuki”.
- ALE: jej **mankamentem wciąż pozostaje brak uporządkowania** (a przynajmniej: w niektórych sklepach): **bałagan w cenach czy produktach**, której „pojawiają” się na środku alejki, utrudniając przejście.
  - **To sprawia, że część klientów ma wrażenie, że Biedronka** nie zmieniła się za bardzo – że **nadal jest sklepem oferującym relatywnie niskie ceny za niezbyt wysokiej jakości produkty.**

Źródło: *Badane Eating Habits, modul jakościowy, Ipsos 2021*

Zauważamy, że Biedronka stała się bardziej nowoczesna, a jej oferta skierowana jest do szerokiej grupy odbiorców. (2/2)

*„**Biedronka zrobiła się trochę bardziej nowoczesna, zmienia się**. Wprowadzili tygodnie jakieś tam i są **produkty z danych państw** - wszystko spoko, tylko to zawsze jest jakoś źle poukładane, źle zrobione. Wprowadzili karty „Moja Biedronka", co też było spoko pomysłem. **Zmiany na lepsze. wprowadzenie tych produktów z innych państw**. Wydaje mi się, że to było zgapione od Lidla, ale mogę się mylić… :) ."*

*„To właśnie jest sukces Biedronki, że **zmienia się wraz ze społeczeństwem**. Nie zgadzam się z legendarnym stwierdzeniem J. Kaczyńskiego że w Biedronce kupują najbiedniejsi. Nie , kurczę, **kupują wszyscy. Biedni i bogaci**. Wydaje mi się że Biedronka **wyszła dawno temu z tego stereotypu i to jest na plus. Nie wygląda jak najgorszy dyskont**."*

*„**Wysoko oceniam jakość produktów i cały asortyment.***
Kiedyś Biedronka była synonimem tandety, brudu, miejsca, które lepiej omijać.
Na przestrzeni lat dokonała jednak rewolucji w asortymencie, wyglądzie, urządzeniu sklepów, standardzie sprzedaży.
*Ogromny wybór produktów, znane marki, a produkty „biedronkowe" też produkowane przez znanych producentów np. Develey, Roleski, Wysokie Mazowieckie, Fortuna etc. **Produkty mleczarskie pochodzą z naszych rodzimych, uznanych zakładów mleczarskich**. Bardzo podoba mi się to, że w Biedronce większość towarów, to nasza rodzima produkcja*
***W tej chwili wg mnie jest to sieć wzorcowa**.."*

*„W Biedronce jest **duży wybór mięsa, wędlin, serów. Warzywa i owoce tez są świeże.** W Biedronce w której robię zakupy jest zawsze porządek. Do Biedronki warto wybrać się po sery oraz gotowe produkty, np. pierogi. Jest natomiast mały wybór chemii typu płyny do prania, płukania, ale dla mnie to nie problem."*

*„**Pamiętam jak Biedronka miała towar na paletach** i wyglądała na sklep dla mega biedy, a teraz **metamorfoza jest diametralna** i jest to **normalny sklep dla wszystkich**. Myślę że jak Biedronka miała dłuższy czas złą prasę to **nagle zupełnie zmienili politykę i trzeba przyznać że udało im się."***

Dostrzegamy starania Biedronki dotyczące poprawy jakości czy wprowadzania nowych kategorii (np. mniej cukru w składzie czy produkty regionalne)… choć świadomość buduje się powoli.

Soki i produkty wege i fit , warzywa na patelnię

Warzywa i owoce

Nabiał, ryby

*„Podoba mi się, że **w Biedronce za nabiał odpowiadają polskie mleczarnie**. W tej chwili naprawdę bardzo dobrej jakości te rzeczy są."*

*„Biedronka **ma fajne sery, nabiał i piwo często w promocji mają. Też pstrąg po 2 sztuki pakowane**. Biedronka odchodzi od tego najtańszego sklepu jakim był kiedyś. Nie idziemy na taniość, tylko **jakość jest i wybór spory**, np. chemii, nabiału, są ryby, owoce morza, fajny wybór sosów i przypraw…"*

*„**Uwielbiam nabiał z Biedronki, uwielbiam te jogurty i różne inne rzeczy** i jak jadę do innego sklepu, to nie mogę się odnaleźć na nabiale z Lidla."*

*„**Teraz soki te biedronkowe lubię, ostatnio już chyba cukru mniej do nich dodają**, bo są mniej słodkie zauważyłem, takie 1,5-litrowe, często są w promocji. **Te warzywa na patelnię** często się je, 25 lat temu tego się nie jadło, ja bynajmniej nie pamiętam. Te tańsze są bez niczego, a te droższe mają przyprawy w środku i to mi bardziej smakuje."*

Dania gotowe, dżemy

*„Na studiach, jak było mało czasu, to dużo dań gotowych kupowałam. W Biedronce taki kotlecik mielony jest, ziemniaczki, buraczki albo marchewka, **były takie zestawy obiadowe, bardzo je lubiłam. Często pierożki** kupowałam, **krokiety** mi się zdarzało kupić, **kopytka** bardzo lubię."*

*„Ja **do Biedronki chodzę dla produktów bio i fit** (super masło orzechowe, produkty Vitanella), kosmetyków Bell (tanie a bardzo dobre!), właściwie **też dla owoców i warzyw** - wydaje mi się że wybór owoców jest lepszy niż np. w Lidlu."*

*„Jak mnie nie będzie w domu, to **mówię mężowi, że mamy pierogi z Biedronki, żeby sobie odsmażył**, no jak były dzieci to się dla nich jeszcze gotowało, fajnie było usiąść razem i razem zjeść. Głównie ten brak czasu na to wpływa. **Z mężem znaleźliśmy dżem w Biedronce, który jest z samych owoców i cukru zrobiony**, i trafiają się partie, w których znajdziemy kawałki owoców, a w innych nie będzie ich wcale, kiedyś słyszałam, że jeśli ten sam produkt jest inny znaczy, że on jest naturalny."*

Dla części z nas Biedronka stała się naszym codziennym sklepem, z dużą liczbą świeżych, polskich produktów i z dobrymi cenami

- ✓ **Znajduje się blisko domu.**
- ✓ **Zróżnicowany asortyment, dobra jakość i świeżość**:
  - ✓ Zwłaszcza: nabiał (mleko, sery, jogurty, masło), owoce i warzywa, pieczywo oraz inne zdrowsze produkty np. smoothies, sałatki, hummusy, guacamole, zupy…
  - ✓ Dla części także: mięsa, wędliny, ryby (zdania są podzielone).
  - ✓ Regał z produktami specjalnymi/ sezonowymi
  - ✓ Produkty fit, wege (zwłaszcza dla młodszych).
- ✓ **Atrakcyjne akcje promocyjne** (także na piwo, alkohole ;)), zwłaszcza z kartą lojalnościową „Moja Biedronka”; **stosunkowo niskie ceny** (choć nie tak, jak kiedyś).
- ✓ **Promowanie polskich/ lokalnych producentów** → nabiał z lokalnej mleczarni (bardziej świadomi konsumenci); także: **znani** (duzi) **producenci.**
- ✓ A poza „spożywką”:
  - ✓ Pojawiły się książki i artykuły przemysłowe
  - ✓ Kasy samoobsługowe (ale to częściej cenią sobie młodsi, niż starsi), taki sam rozkład alejek/ artykułów w różnych sklepach.

***Źródło**: Badane Eating Habits, moduł jakościowy, Ipsos 2021*

Dla części z nas Biedronka stała się naszym codziennym sklepem, z dużą liczbą świeżych, polskich produktów i z dobrymi cenami

*„**Główną specjalnością Biedronki są polskie produkty**, bardzo to podkreślają, że mają dużo polskich produktów, że w podziękowaniu **za polskie zakupy dostaje się voucher na kolejne zakupy**. Warto przychodzić do Biedronki ze względu na spore promocje, ze względu na promowanie polskich produktów.*

*Poza tym jest **całkiem fajny wybór produktów bio i fit** typu masła orzechowe, muesli bez cukru, batony bez cukru itp. **Lubię nabiał, bo nigdzie nie ma takiego. Lubię serki skyr**, które mają małą zawartość tłuszczu i cukru, **warzywa i owoce** bo są świeże.*

***Uwielbiam taki chlebek żytni z ziarnami,** bo jest pyszny i w dobrej cenie.*

Jedyne co mi przeszkadza to wąskie alejki, ale nie jest to powód żeby rezygnować z zakupów"

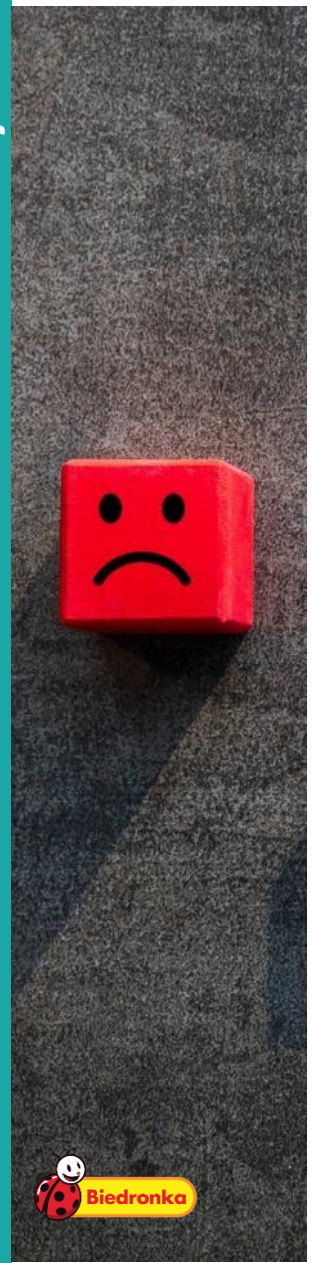
*„Biedronka umieszcza np. w **dziale z warzywami i owocami specjalne karty z informacją o kraju pochodzenia**.*
*Produkty mleczarskie pochodzą z naszych **rodzimych, uznanych zakładów mleczarskich**.*
Również na opakowaniach z mięsem zawsze podany jest kraj pochodzenia.

*„**Dla mnie są najtańsi** - widzę to po swoim koszyku. **Jakość jest ok, wybór dla mnie optymalny**, dużo promocji i są blisko"*

*„**Nigdy się nie zawiodłem** i chyba już przywykłem do tego miejsca. Nie ma co zmieniać na siłę czegoś co jest dobre to raz a dwa **Biedronkę mam bardzo blisko miejsca gdzie pracuję**, więc to też działa zdecydowanie na korzyść.*

***Źródło**: Badane Eating Habits, moduł jakościowy, Ipsos 2021*

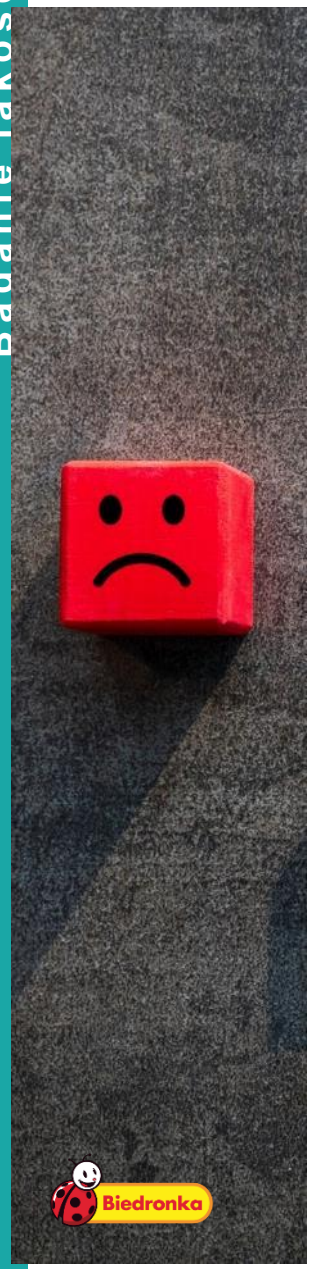
A jeśli nie kupujemy w Biedronce, to głównie dlatego, że mamy ją daleko lub nie ma w niej produktów, do których jesteśmy przyzwyczajeni



- ✓ **Brak świeżych wędlin, serów, mięsa (niepakowanych);** chociaż to się podobno zmienia i są już Biedronki, gdzie takie produkty można dostać…
- ✓ **Dostępność asortymentu zależy od konkretnej Biedronki…** w tych mniejszych czy w innych lokalizacjach nie zawsze się znajdzie „swoje" produkty.
- ✓ **Brak bardziej urozmaiconych gatunków serów czy szynek** (w porównaniu np. do Lidla) oraz (dla części konsumentów) bardziej wymyślnych/ nietuzinkowych produktów.
- ✓ **Przyzwyczajenie do marek własnych innych sklepów** (szczególnie Lidla).
- ✓ **Ceny „podskoczyły"** po modernizacji sklepów.
- ✓ **Główną barierą jest też odległość…** nawet jeśli lubi się produkty z Biedronki, to będzie się ją odwiedzało stosunkowo rzadko, jeśli jest „nie po drodze" czy dalej od domu.
- ✓ Części konsumentów przeszkadza też panujący w niektórych sklepach **bałagan i długie kolejki**.

***Źródło**: Badane Eating Habits, moduł jakościowy, Ipsos 2021*

A jeśli nie kupujemy w Biedronce, to głównie dlatego, że mamy ją daleko lub nie ma w niej produktów, do których jesteśmy przyzwyczajeni



*„W Biedronce są **podstawowe rodzaje serów i wędlin, przydałoby się, żeby było tych produktów więcej i różnego rodzaju**.*
*Są to sery trochę wymyślne, ale np. Lidl ma je w swojej ofercie: **ser gorgonzola, fourme d'ambert, manchego, ser owczy, kozi, parmezan - nigdy nie udało mi się ich dostać w Biedronce**. Wędliny to np. powinno być **więcej szynek dojrzewających czy suszonych kiełbas**"*

*„**Zwykle jest tam dużo ludzi, panuje straszny rozgardiasz**, jeśli chodzi o układ produktów. **Wiele jest poukładanych nielogicznie, w dziwnych działach**.*
*Jeśli chodzi o świeżość to wszystko zależy od danego sklepu - jedne mają lepszej jakości produkty, inne nie. Dlatego też jeśli nie mam możliwości kupienia warzyw w warzywniaku to wtedy **wybiorę się do konkretnej Biedronki, w której wiem, że zazwyczaj warzywa są w dobrym stanie**."*

*„Szczerze? – **nie robię zakupów w Biedronce ze względu na wygodę i bliskość Lidla**. Mogę powiedzieć, że robię **zakupy w Lidlu głównie z przyzwyczajenia do produktów**, które są tam dostępne"*

*„**Ja bym chciała mieć dostęp w Biedronce do świeżego mięsa i wędlin na wagę** :) Wiem, że już powstało sporo Biedronek, które mają takie stoiska, ale w tych w Starachowicach jeszcze nie ma. **W Biedronce nie ma jakiś super wymyślnych rzeczy, ale raczej wszystko dostaniemy w podstawowym wariancie**, są jakieś takie różne smaki poszczególnych produktów."*

***Źródło**: Badane Eating Habits, moduł jakościowy, Ipsos 2021*

Biedronka podejmuje różne inicjatywy, by lepiej odpowiadać na bieżące zalecenia żywieniowe oraz potrzeby konsumentów

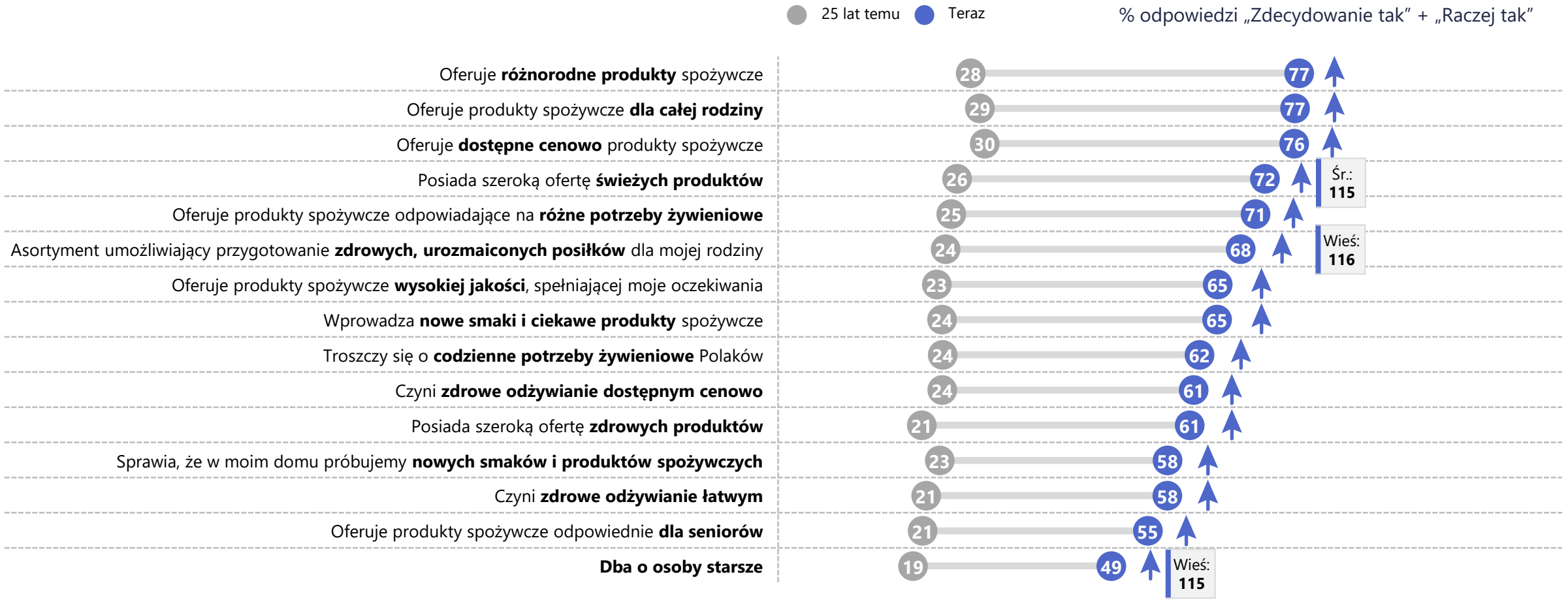
*„Na przestrzeni ostatnich 10 lat **zmieniliśmy ustawienie naszych sklepów**. Kiedyś były napoje na wejściu, a owoce i warzywa na końcu. **Teraz jest świeże spojrzenie na sklep, owoce, warzywa i pieczywo. Ten trend zakupowy pewnie też w jakiś sposób wykreowaliśmy, że produkty świeże dajemy na początek**. To się sprawdziło. Bardzo dużą wagę przywiązujemy też do komfortu zakupów. Żeby było więcej przestrzeni, szersze alejki, żeby kolejki były jak najmniejsze.*

*W supermarkecie ten sam produkt ma różnych producentów. U nas **bardziej się skupiamy na marce własnej** i klient sięga po naszą markę, a nie po producenta. **Różnorodność jest duża. Mamy produkty z Grecji, z Włoch. Mamy polskich producentów, produkty regionalne**.*

***Poprawa jakości produktów marki własnej to najbardziej zauważalna zmiana z naszego punktu widzenia**. Wiemy jak wymagania wobec marki własnej zmieniały się na przestrzeni lat. **Myślę, że konsumenci też to zauważają**. Jakość produktów naszej marki własnej ma być najwyższa i lepsza niż produktów brandowych. **Staramy się wyróżnić składem, opakowaniem, wartością odżywczą.**"*
Ekspert wewnętrzny Biedronki

***Źródło**: Badane Eating Habits, wywiady z ekspertami, Ipsos 2021*

Konsumenci widzą efekty tych działań. Doceniamy zmiany, które nastąpiły w Biedronce w ciągu ostatnich 25 lat, szczególnie: różnorodność produktów, ich jakość i przystępne ceny.



Dane: *w %*
Pyt.: *W1a. Proszę zaznaczyć, na ile Pana(i) zdaniem każde z poniższych zdań pasuje do sklepów sieci Biedronka. W1b. Proszę pomyśleć o tym, jakim sklepem była Biedronka 25 lat temu. Proszę zaznaczyć, na ile każde z poniższych zdań pasowało wtedy do sklepów sieci Biedronka.*
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003, Respondenci w wieku >30 lat: n=1545.*

Wartość istotnie wyższa/niższa niż 25 lat temu (przedział ufności 95%)

Postrzegamy jakość produktów z Biedronki jako dobrą czy nawet wysoką, ale… inne sklepy też zaczęły się zmieniać w tym kierunku.

Po czym ocenia się jakość produktów:

- Ładny (estetyczny i świeży) wygląd, brak nieprzyjemnego zapachu (w przypadku mięsa, wędlin);
- Dobry smak produktów;
- Krótsza data ważności (→ mniej konserwantów);
- Produkty z krótką etykietą, tzn. z małą liczbą składników, bez konserwantów i innych ulepszaczy (ale: na to zwracają uwagę Ci bardziej świadomi konsumenci, nie wszyscy);
- Producent (czy znany oraz czy lokalny → również Ci bardziej świadomi).

Nawet jeśli konsumenci zauważają poprawę w jakości produktów z Biedronki na przestrzeni lat (choć raczej: w perspektywie długoterminowej), to często **oceniają dobrze w kontekście jakości także inne sklepy, w których kupują** (przoduje tu Lidl). Jest wrażenie, że zmienił się cały rynek, nie tylko Biedronka.

*„**Wydaje mi się, że w Biedronce oferują dobrą jakość**, ale najwyższą moim zdaniem oferuje Lidl. **Poznaję po składzie i świeżości**, jeśli widzimy dziwnie wyglądające mięso to od razu wiemy, że nie jest świeże. Wydaje mi się, że **w Biedronce jakość tak bardzo się nie zmieniła, jak pamiętam zawsze była w miarę dobra i tak jest teraz**."* [ale… młodzi mają też krótszą perspektywę czasową jako punkt odniesienia!]

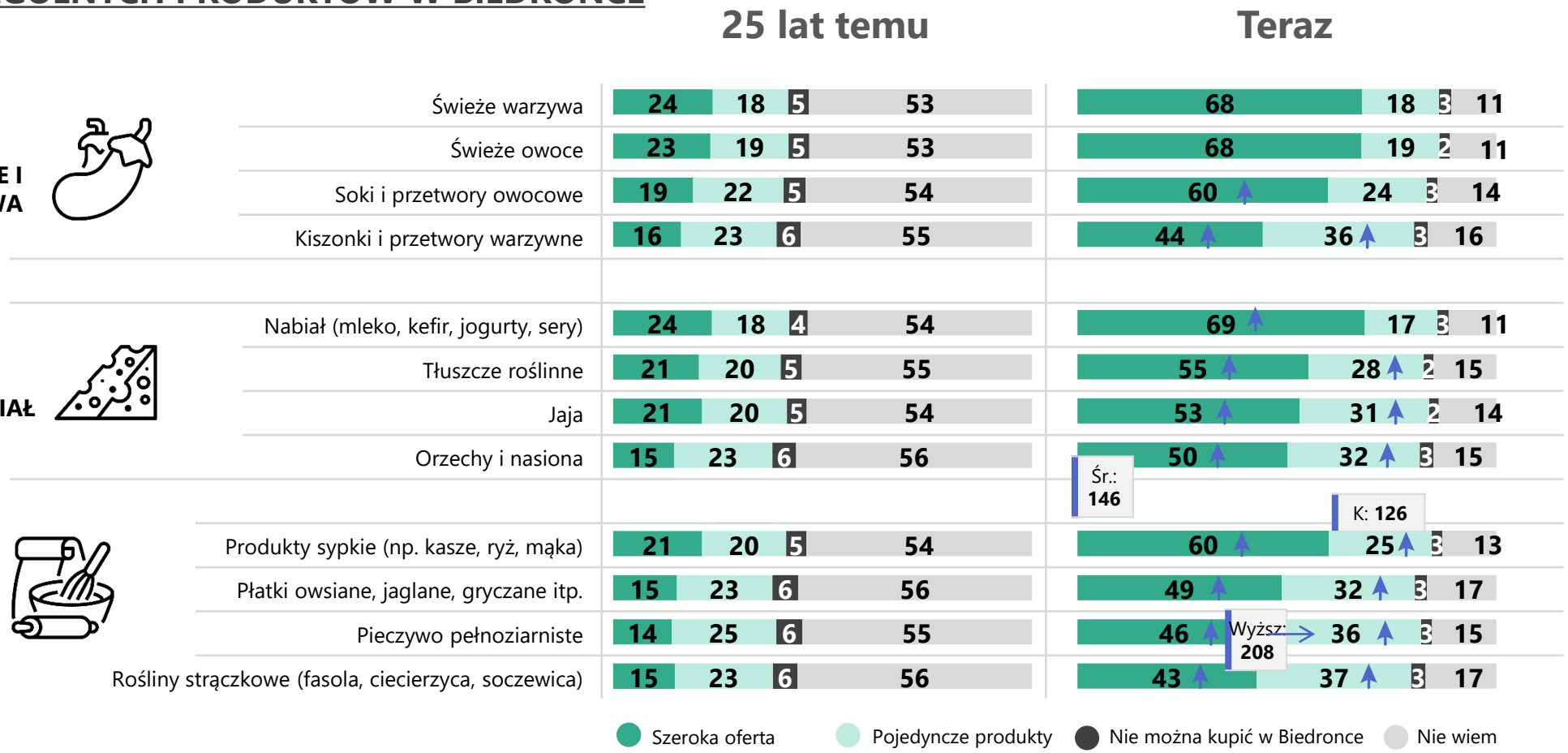
*„Wydaje mi się, że **jakość produktów w sklepach jest podobna i mocno one ze sobą pod tym względem rywalizują**. Sklep który wspominam negatywnie to Tesco - zdarzyło mi się znaleźć w nim nadpsute mięso czy warzywa. **W Biedronce zawsze jestem zadowolona z jakości**, nie zdarzyły mi się jakieś nieprzyjemne sytuacje. Myślę, że **aktualnie produkty w Biedronce są lepszej jakości niż kiedyś, smakują lepiej** i też **ludzie częściej w niej robią zakupy**. Teraz Biedronki, zachęcają do wejścia, mają fajny wygląd, bardzo Biedronka ewoluowała przez te 25 lat… ALE: **Na pewno wysoka jakość i większy porządek jest w Lidlu,** taka przynajmniej jest opinia wśród moich znajomych. **Tam nigdy nic nie stoi na środku przejścia, a w Biedronce zawsze**."*

*„**Jakość produktów z Biedronki bardzo wzrosła, relatywnie do wcześniejszych lat**, ja jestem zadowolony, **sklepy, do których chodzę są na podobnym poziomie**, jeśli chodzi o jakość."*

„Jakość produktów chyba cały czas się polepsza,** można chociażby **poznać po składzie.** Biedronka ma jakościowo dobre produkty, no może po za pojedynczymi typu piwo, wino czy mięso reszta jest ok i **na pewno kiedyś mieli dużo gorszą jakość."

Mamy wrażenie, że oferta Biedronki rozszerzyła się we wszystkich kategoriach produktowych

OFERTA POSZCZEGÓLNYCH PRODUKTÓW W BIEDRONCE



Dane: *w %*
Pyt.: *W4a. Jak ocenia Pan(i) ofertę sklepów Biedronka w każdej z poniższych kategorii? W4b. Jak ocenia Pan(i) ofertę sklepów Biedronka w każdej z poniższych kategorii 25 lat temu?*
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003, Respondenci w wieku >30 lat: n=1545.*

Wartość istotnie wyższa/niższa niż 25 lat temu (przedział ufności 95%)

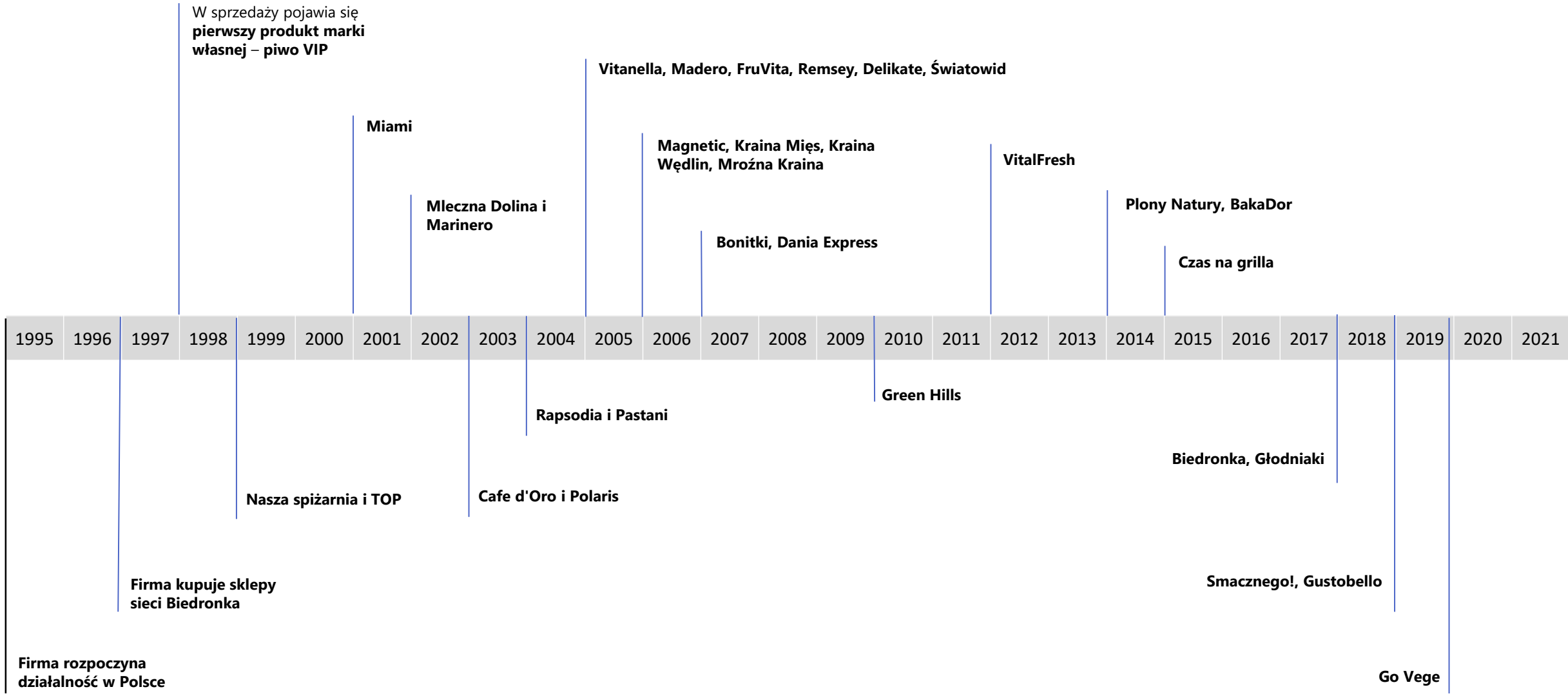
Marki własne Biedronki

Siłą Biedronki są produkty marek własnych.

Kiedyś – traktowane jako po prostu tanie i słabej jakości.

Dziś szczerze **doceniane za jakość**.

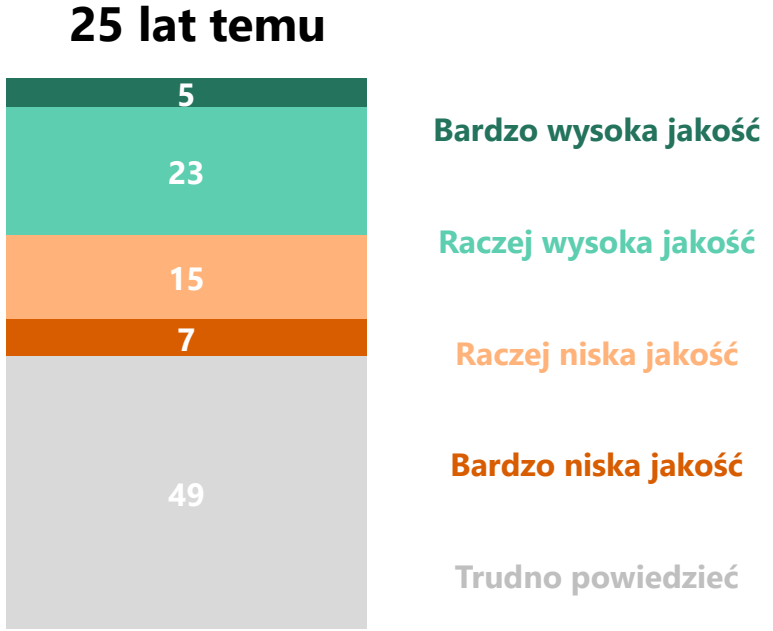
Marki własne w ofercie Biedronki są wprowadzane od lat:



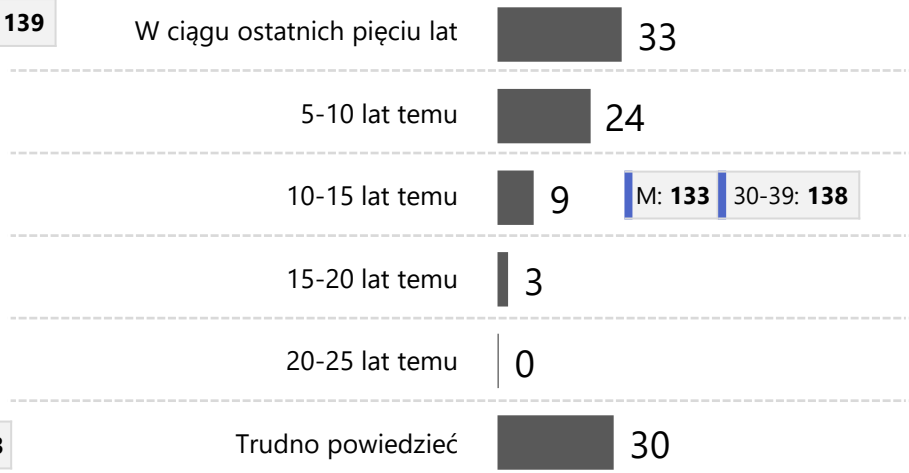
***Źródło**: Badane Eating Habits, desk research, Ipsos 2021*

Konsumenci wysoko oceniają jakość produktów pod markami własnymi Biedronki – i dostrzegają poprawę tej jakości na przestrzeni lat

MARKI WŁASNE BIEDRONKI – JAKOŚĆ PRODUKTÓW SPOŻYWCZYCH



KIEDY POPRAWIŁA SIĘ JAKOŚĆ PRODUKTÓW MAREK WŁASNYCH BIEDRONKI?



Dane: *w %*
Pyt.: *W2a. Sklepy Biedronka oferują dużo produktów marek własnych – czyli wyprodukowanych specjalnie na zlecenie sieci Biedronka. Do marek własnych Biedronki należą np. Mleczna Dolina, Swojska Chata czy Kraina Wędlin. Jak ocenia Pan(i) jakość produktów spożywczych marek własnych dostępnych w sklepach Biedronka? W2b. Jak ocenia Pan(i) jakość produktów spożywczych marek własnych W2c. Kiedy, w przybliżeniu, Pana/i zdaniem poprawiła się jakość produktów marek własnych Biedronki? dostępnych w sklepach Biedronka 25 lat temu?*
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003, Respondenci w wieku >30 lat: n=1545, Osoby oceniające obecną jakość produktów wyżej niż 25 lat temu, n=801.*

Wartość istotnie wyższa/niższa niż 25 lat temu (przedział ufności 95%)

Eksperci zewnętrzni podkreślają szeroką ofertę i wysoką jakość marek własnych w Biedronce

SZEROKA OFERTA WYSOKIEJ JAKOŚCI ŻYWNOŚCI W PRZYSTĘPNYCH CENACH:

ROZWÓJ MAREK WŁASNYCH

REFORMULACJE SKŁADU I WARTOŚCI ODŻYWCZEJ PRODUKTÓW

CZYSTE ETYKIETY

*„**Biedronka wyznacza dziś standardy i nadaje kierunek na Polskim rynku żywności** – jest bardzo kreatywna, nastawiona na zdrowie i na jakość. Wszystkie sieci patrzą dziś na Biedronkę."*
Ekspert naukowy

*„**Standardy Biedronki dotyczące produkcji żywności są wyższe niż przepisy UE."***
Ekspert naukowy

*„**Od 2009 usunęliśmy wszystkie zbędne składniki z naszych produktów, w dużej mierze dzięki wsparciu ze strony Biedronki**. A było to bardzo duże wyzwanie w kategorii dań gotowych, ponieważ w czasie zmieniają się właściwości fizykochemiczne i mikrobiologiczne produktów, które wpływają na słabsze odczucia smakowe.*
***W ciągu dwóch lat usunęliśmy z naszych produktów glutaminian sodu** i zastąpiliśmy go zdrowszymi odpowiednikami, np.. ekstraktami drożdżowymi, które dobrze wyciągają smak."*
Producent żywności współpracujący z siecią Biedronka

*„**Biedronka przeszła niesamowitą rewolucję przez 25 lat**: od siermiężnego dyskontu do nowoczesnego sklepu. **Inicjuje innowacyjne działania, oferuje produkty prozdrowotne** przeznaczone dla różnych segmentów konsumentów."*
Dietetyk kliniczny

*„Każdego roku określamy sobie wspólnie z Biedronką **plany reformulacji**. To są plany długoterminowe na kolejne lata.*
***Podejmujemy szereg działań, by eliminować substancje dodatkowe z produktów,** choć nie każda substancja dodatkowa jest zła, ale niewielu konsumentów o tym wie. 25 lat temu to "clean label" nie było tak dużym przedmiotem uwagi konsumentów, jak jest teraz."*
Producent żywności współpracujący z siecią Biedronka

Zdaniem ekspertów wewnętrznych, dążenie do najwyższej jakości to klucz do budowania marki własnej w Biedronce

PRODUKTY LEPSZE NIŻ NA RYNKU

*„Przychodzimy do producentów i mówimy, że **chcemy produkt, który ma być lepszy od ich produktu**. Godzą się i za chwilę podciągają swój produkt. W sposób pośredni wpływamy na rynek. **Nasi dostawcy chcą być konkurencyjni dla nas i zmieniają składy.** Tak to się nakręca. Jak oni zmieniają, to my znowu staramy się być lepsi."*

„Nasza marka własna jest w części produktów lepsza od lidera rynku."

***„Dzisiejsze marki własne to nie to samo, co kiedyś. Mają swoją misję, budżety komunikacyjne**. W przypadku Biedronki, **nasze marki własne są liderami w swoich kategoriach** – np. pieluchy."*

NASTAWIENIE NA KONTROLĘ BEZPIECZEŃSTWA I JAKOŚCI

„Każdy producent przechodzi audyt wstępny**: sprawdzane są warunki produkcji, infrastruktura, stan higieniczno-sanitarny. Następnie odbywają się **audyty okresowe."

*„Każdy producent ma swoje procedury bezpieczeństwa żywności. **Nasze działania kontrolne stanowią dodatkowe sito.** Prowadzimy audyty dostawców przed podjęciem współpracy. Potem **raz w roku audyty**, które są prowadzone przez nasz własny zespół audytorów. **Dodatkowo zlecamy zewnętrznym firmom przeprowadzenie badań laboratoryjnych produktów** dostępnych już w sklepie. W niektórych przypadkach możemy skorzystać z naszego laboratorium analityki molekularnej w Portugalii."*

„My też tworzymy trendy.** Mamy dużą grupę producentów i wpływamy na nich. Klienci zgłaszają, że zależy im na jajkach nie klatkowych – chociaż nie widzieliśmy, żeby 0 i 1 sprzedawały się lepiej, niż 3. Ale **wpływamy na producentów, nie chcemy być zestawiani z takimi produktami które źle się kojarzą."

***„Mamy politykę żywieniową dla dzieci dla produktów marki własnej.** Jeśli produkt nie spełnia wymagań to musi zostać zreformulowany, wypada albo zmieniamy grafikę i nie sugerujemy, że jest dla dzieci. Albo zmieniamy skład albo grafikę. Są ograniczenia jeżeli chodzi o cukier, kwasy tłuszczowe, substancje dodatkowe, konserwanty, aromaty. **To jest polityka naszej firmy utworzona w oparciu o rekomendacje żywieniowe**."*

Cytaty pochodzą od ekspertów wewnętrznych sieci Biedronka

Eksperci wewnętrzni podkreślają, że prace nad reformulacją składu produktów dotyczą wszystkich kategorii produktowych marki własnej

REFORMULACJE PRODUKTÓW

- Prace nad reformulacją są prowadzone w Biedronce **we wszystkich kategoriach produktowych i dotyczą produktów ze wszystkich półek cenowych.**
- Wyzwaniem jest **uzyskanie jak najlepszego składu odżywczego produktu przy zachowaniu walorów smakowych.**

*„Podstawowe założenie – **produkt musi smakować klientom☺.**"*

***„Klient w mainstreamie jest nastawiony na smak**, dlatego nie zawsze od razu da się zrobić produkt z czystą etykietą i znacznie lepszymi parametrami odżywczymi. **Powoli poprawiamy skład.** Staramy się, żeby wartości odżywcze produktów były lepsze niż w produktach konkurencji."*

*„Na bieżąco obserwujemy rynek i ulepszamy nasze produkty. Przekazujemy producentom wyznaczniki do produktu w zakresie organoleptyki i składu. Potem trwa **kilkumiesięczny proces oceny i wprowadzania kolejnych ulepszeń."***

***„Te 20 lat to był ustawiczny proces poprawy jakości marki własnej**. Stopniowo klienci nabierali zaufania, ale cena zawsze była w porządku."*

*„Postanowiliśmy, że **w żadnym produkcie dla dzieci nie będzie słodzików, tłuszczów utwardzonych, sztucznych aromatów i barwników."***

***„Wprowadzamy produkty bez cukru i redukujemy cukier w naszych produktach**. 10 lat temu jogurty u nas miały średnio 15 gr cukru na 100 gr. Teraz mamy 11-12 gr cukru.*
***Trend obniżania cukru i bezcukrowych produktów jest bardzo silny**. Chcemy odciąć się od tego, że nabiał jest postrzegany jako produkt, który dostarcza bardzo dużo cukru do diety."*

„PZH wskazuje na zbyt wysokie spożycie soli, cukru i tłuszczu. Ale konsumentowi zależy na smaku.
Dlatego krok po kroku zdejmujemy z produktów sól, cukier i tłuszcz.
Obecnie nie mamy już w ogóle utwardzonych tłuszczów w marce własnej."

***„Jest trend produktów bez GMO.** Na części produktów nabiałowych pokazujemy, że krowy, z których uzyskiwane jest mleko, spożywają pasze, które nie zawierają GMO. Chodzi o to, żeby pokazać, że zabiegamy o to, żeby to było zgodne z naturą. Odpowiedzialność społeczna, troska o środowisko.*
Polacy boją się GMO."

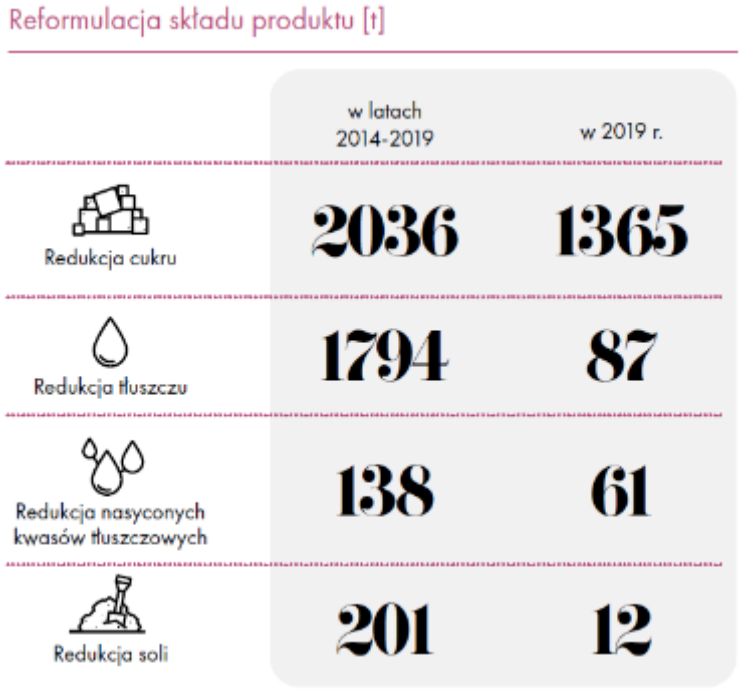
***„Nie dopuszczamy używania MOM** w asortymencie wędlin pod marką „Kraina Wędlin."*

Cytaty pochodzą od ekspertów wewnętrznych sieci Biedronka

Producenci żywności zwracają uwagę, że wraz z Biedronką byli prekursorami w zakresie reformulacji składu i wartości odżywczej produktów

- Przedstawiciele producentów żywności podkreślają, że **prace nad reformulacją składu i wartości odżywczej produktów rozpoczęli we współpracy z Biedronką na długo przed wprowadzeniem regulacji prawnych**.
    - Działania te były **konsekwencją zmieniających się oczekiwań konsumentów** w zakresie jakości i składu produktów.

„W 2012 zaczynaliśmy rozmowę, żeby wyeliminować utwardzone oleje roślinne z produktów, a dopiero po niespełna 10 latach weszły w życie rekomendacje i wymogi UE w tej sprawie. ***Staramy się wyprzedzać regulacje prawne, podejmujemy działania, żeby produkt był lepszy. To przykład wychodzenia przemysłu naprzeciw oczekiwaniom konsumentom."***
Producent żywności współpracujący z siecią Biedronka



Czyste etykiety są również kluczowe w strategii Biedronki

„CZYSTE ETYKIETY"

- Wiele dodatków jest dopuszczonych prawem, ale **Biedronka stara się wyeliminować wszystkie zbędne dodatki.**
- **Produkty mają bardziej naturalny skład**: to efekt działań Biedronki i producentów, którzy także pracują nad poprawieniem składu swoich produktów – także w takich kategoriach, jak np. zupy w proszku, które konsumentom kojarzą się ze sztucznością.
- Celem jest zrezygnowanie ze sztucznych barwników, na rzecz np. żywności barwiącej czy barwników naturalnego pochodzenia; zastąpienie substancji zagęszczających naturalnymi składnikami (np. w przypadku sosów – żeby to pomidor był podstawą, a nie zagęszczacze), etc..
- **Bliska współpraca z producentami pozwala na opracowanie technologii, które zapewniają, że produkt nie będzie zawierał dodatków – ale utrzyma wysoką jakość i bezpieczeństwo.**
  - Jest to osiągane dzięki zmianom w procesach technologicznych i bardzo restrykcyjnym podejściu do higieny.

*„**Mamy coraz lepszą jakość**. No, nie wprowadzamy Haagen Dazs, ale **w ramach wszystkich naszych segmentów poprawiamy jakość produktów.** Dziś nikt już nie pozwoli sobie na wprowadzanie produktów z syropem glukozowo-fruktozowym."*

„W rozporządzeniu unijnym jest 349 substancji, które mogą być bezpiecznie używane w żywności. My nie używamy nawet połowy z nich."

*„**Eliminując dodatkowe składniki, trzeba w inny sposób zapewnić bezpieczeństwo produktów**. Możliwości jest wiele, oczywiście to zależy od produktu. Można zwiększać kwasowość, suszyć, mrozić, dodać cukru – żeby stworzyć środowisko niesprzyjające rozwojowi bakterii. Ale **najważniejsze jest bezpieczeństwo mikrobiologiczne całego zakładu pracy i higieniczny proces produkcyjny**."*

Cytaty pochodzą od ekspertów wewnętrznych sieci Biedronka

Zdaniem ekspertów wewnętrznych sieci Biedronka

Podniesienie jakości marek własnych Biedronki dotyczy wszystkich kategorii produktowych (przykłady). Często Biedronka wyprzedzała działania liderów rynkowych w poszczególnych kategoriach.

SERY DOJRZEWAJĄCE

„Jako pierwsi usunęliśmy substancje konserwujące z serów dojrzewających."

PARÓWKI

„Nasze parówki mają skład wyróżniający się na rynku."

JOGURTY

„W 2020 obniżyliśmy zawartość cukru w naszych jogurtach owocowych tj. jeszcze przed wprowadzeniem podatku cukrowego. W 2012 wyeliminowaliśmy żelatynę wieprzową z jogurtów."

ORZESZKI MONTI

„Wyeliminowaliśmy wszystkie sztuczne barwniki z produktu. Proces przeprowadzaliśmy stopniowo w ciągu 3 lat, żeby konsument zaakceptował smak. Co ważne, zmiana nie pociągnęła za sobą wzrostu ceny."

RYBY

„Obniżyliśmy zawartość glazury do 5% w rybach mrożonych - co stanowi minimum technologiczne. Usuniecie ze składu polifosforanów, dozwolonych dodatków do żywności, które w rybach mrożonych wiążą wodę w tkankach, pozwoliło na utrzymanie pierwotnej struktury mięsa ryb i zachowanie walorów smakowych. W rybach z sosami usunęliśmy substancje konserwujące, zachowując maksimum smaku i bezpieczeństwa".

CHIPSY

„Jako pierwsi usunęliśmy wzmacniacze smaku z chipsów i zastąpiliśmy je naturalnymi przyprawami. Ograniczyliśmy sól."

DANIA READY TO EAT

„Usunęliśmy wzmacniacz smaku - glutaminian monosodowy z wszystkich dań gotowych."

SOKI BEZ KONCETRATÓW

„Kiedyś soki były tylko z koncentratu. Nie było w sklepach soków bezpośrednio wyciśniętych i pasteryzowanych. Wprowadziliśmy je zanim to zrobiły produkty markowe."

Biedronka

Cytaty pochodzą od ekspertów wewnętrznych sieci Biedronka

Ipsos

Podniesienie jakości marek własnych Biedronki dotyczy wszystkich kategorii produktowych (przykłady)

HERBATA

„Wybrane herbaty posiadają certyfikat pochodzenia ze zrównoważonych upraw."

CIASTKA

„Ze wszystkich ciastek usunęliśmy tłuszcz utwardzony."

JAJA

- Konsumenci stają się coraz bardziej wrażliwi na los zwierząt – a producenci i sieci handlowe odpowiadają na to. Wprowadzane są nowe rodzaje jaj – od niedawna także zielononóżka. **Od 2022 roku w Biedronce nie będzie jaj klatkowych.**
- To stanowi wyzwanie dla osób odpowiedzialnych za bezpieczeństwo produktów. Według specjalistów, chociaż konsumenci wolą jajka od kury z wolnego wybiegu, to jednak chów klatkowy daje pewność bezpieczeństwa.
- Ale **pomagają nowoczesne technologie**, dzięki którym osiąga się dłuższą trwałość i bezpieczeństwo.

*„**Wprowadziliśmy standard dla produkcji jaj dla naszych producentów**. Wdrożyliśmy dwa lata temu i teraz kończymy okres przejściowy. **Mamy specjalne wymagania, które powodują, że jaja są bezpieczne** – dotyczą chowu kur, odżywiania, staramy się, żeby nie było prewencyjnych szczepień, czy żeby antybiotyki nie były używane profilaktycznie."*

MIĘSO I WĘDLINY

- Znacznie rozszerzył się w Biedronce rynek mięsa paczkowanego i jego różnorodność.
- **Znacznie poprawiona została jakość przetworów mięsnych**: zwiększa się zawartość mięsa w produktach, usuwa się fosforany i glutaminian sodu, redukuje się ilość tłuszczu i soli.

*„**Zaczęliśmy przechowywać mięso w inny sposób**, niż do tej pory. Odcina się tlen, w środku mieszanka nieszkodliwych gazów. Pakujemy w warunkach beztlenowych – nikt nie dotyka tego mięsa. **Z punktu widzenia bezpieczeństwa to jest rewolucja, przemysł mięsny jest hich-tech'owy.**"*

„W marce Kraina Wędlin Select mamy użycie mięsa w produktach na poziomie wyższym niż 100 g mięsa użyte na 100 g wyrobu gotowego. Przykładowo w kiełbasie myśliwskiej pod tą marką do wytworzenia 100 g produktu gotowego używa się 157 g mięsa ."

*„**Trudno klienta przekonać, że paczkowane produkty mięsne mają zwykle lepszą jakość** niż te sprzedawane za ladą."*

Cytaty pochodzą od ekspertów wewnętrznych sieci Biedronka

Biedronka śledzi trendy żywnościowe i ma kompetencje i odwagę by wprowadzić innowacje produktowe

JOGURT O PODWYŻSZONYM POZIOMIE BIAŁKA

- **Odpowiedź na potrzeby osób chcących zmniejszyć spożycie tłuszczów, a zwiększyć spożycie białka.**

„Jogurt Skyr – znaleźliśmy na zachodzie Europy, wprowadziliśmy w Polsce, z polskim dostawcą. ***Stworzyliśmy kategorię, to było dosyć odważne.*** *I to jest sukces. Dziś Piątnica ma skyra, inne sieci też."*

„Obserwujemy, czego konsumenci poszukują, jakie są trendy. *Był taki czas kiedy za dobre jogurty postrzegano te tłuste. Jogurty greckie, które miały 10% tłuszczu stały się zamiennikiem śmietany.* ***Skyr nie ma tłuszczu, ale ma dużo białka. Pomyśleliśmy, że białko będzie lepiej postrzegane, bo będzie miało mniej kalorii i możemy trafić do konsumentów aktywnych fizycznie."***

JOGURT BEZ CUKRU I SŁODZIKÓW

- Produkt powstał jako **odpowiedź na potrzeby konsumentów ograniczających udział cukru w diecie, a jednocześnie oczekiwania w zakresie , „clean label"**. Nie tylko jest bez cukru, ale w przeciwieństwie do jogurtów dostępnych na rynku, nie posiada także słodzików.

„Stworzyliśmy jogurt idealny składający się tylko z jogurtu i owoców."

„Mamy produkt, który fajnie się przyjął i już został skopiowany przez konkurencję*. Jogurt do picia, który ma w składzie mleko, owoce i bakterie, ewentualnie zboża.* ***Pierwsi zrobiliśmy jogurt pure****. On nie ma cukru, słodzików. Ten produkt wygrał nagrodę za najlepszy produkt marki własnej. Konsumenci mają najczystszy z jogurtów."*

JOGURT FUNKCJONALNY

- Jako **odpowiedź na zaistniałą w covidzie potrzebę zwiększania odporności**, wprowadzone zostały jogurty funkcjonalne z bakteriami LGG.

„Badania potwierdzają, że bakterie LGG mają wpływ na odporność organizmu w połączeniu z witaminami*. Na pewien czas dostawca zapewnił, że bakterie LGG, będą dostępne tylko w naszych produktach. Takie produkty teraz już istnieją. Jest Actimel, Actiplus. Ale* ***nie było w Polsce produktu marki własnej, który miałby tę bakterię****. To jest szczep bakterii stosowany w preparatach dla ludzi, którzy biorą antybiotyki. Mieliśmy pomysł, żeby zrobić produkt, który będzie miał tę bakterię w takiej ilości, że ona może mieć pozytywny wpływ na organizm. Stworzyliśmy stronę internetową dobrebakterielgg.pl. Dodatkowo* ***producent tych szczepów zaangażował celebrytów w promowanie tego w środowiskach ludzi, którzy już coś o tym wiedzą. Zaprosiliśmy też do współpracy autorytety żywieniowe."***

Cytaty pochodzą od ekspertów wewnętrznych sieci Biedronka

Poszerzanie oferty i rozwój jakości ma swoją specyfikę w każdej kategorii – przykład kawy

KAWA

- Rynek kawy bardzo rozwinął się w ciągu 25 lat i **Biedronka dostosowywała swoją ofertę do zmieniającego się otoczenia.** Konsumenci oczekują coraz wyższej jakości, dostępności produktów, a także częściej zwracają uwagę na kraj pochodzenia. Najbardziej znaczące i zauważalne zmiany na rynku kawy w Polsce związane są z jakością, tj. wzrostem znaczenia kawy ziarnistej oraz gatunku Arabica, a także wygodą, która przejawia się w rozwoju kaw oferowanych w kapsułkach rożnych systemów.
- W 1996 często preferowana była kawa o niskiej kwasowości oraz smaku typowym dla Robusty. Dzięki rosnącej kulturze picia kawy oraz zmianom zachowań konsumentów Biedronka mogła urozmaicić swój asortyment.
- Podróże Polaków do innych krajów i wprowadzenie na polski rynek sieci kawiarni wpłynęły na rozwój rynku kawy: zaczęliśmy cenić przyjemność picia kawy i otwierać się na nowe smaki.
- Następnie przyszedł trend na kawy **single origin, które mają ogromny potencjał różnorodnych profili smakowych.** Kawy jednorodne pojawiły się również w Biedronce.
- Uzupełnieniem standardowej oferty w Biedronce są tematyczne oferty in-out.
- W odpowiedzi na trend produktów organicznych, Biedronka wprowadziła do asortymentu **Kawę ziarnistą 100% Arabica „Go Bio"** z certyfikatem rolnictwa ekologicznego**.**
- W 2016 r. kawa została uwzględniona w Piramidzie Zdrowego Żywienia i Aktywności Fizycznej dla osób dorosłych. Liczne badania wykazują wyraźną rolę kawy w prewencji raka jelita grubego oraz cukrzycy typu 2.
- **Covid przyczynił się do wzrostu zakupu ekspresów domowych,** wzrosła również sprzedaż kawy ziarnistej.

*„W rozwoju kategorii kawy **współpracujemy z wysokiej klasy specjalistami,** tj. z panem Tomaszem Obracaj, ekspertem (co-founderem) Specialty Coffee Association of Europe."*

*„Dbamy o jakość i powtarzalny smak kawy. **Nasz specjalista od kawy posiada certyfikat Q Arabica-grader – jako jedna z 16 osób w Polsce."***

Cytaty pochodzą od ekspertów wewnętrznych sieci Biedronka

Biedronka nie tylko poprawia jakość produktów, ale także ułatwia konsumentom wybór zdrowszych produktów w sklepie

ZNAKOWANIE PRODUKTÓW

- Biedronka wprowadziła **dobrowolny system znakowania produktów RWS**, którym objętych jest wiele produktów marki własnej.
- Celem znakowania jest ułatwienie konsumentom świadomych wyborów żywieniowych.
- Obecnie używany **system RWS będzie sukcesywnie zmieniany** na prostszy dla konsumenta, graficzny system **Nutri-score.**

*„**Na niemal każdym produkcie marki własnej mamy komunikację RWS**. Pokazujemy ile energii bądź danego składnika dostarcza porcja produktu. To pierwsza rzecz, którą konsument zobaczy i będzie ona w miarę zrozumiała."*

*„**Wprowadziliśmy RWS - choć nie jest to wymóg rynku -** po to żeby klient dokonywał właściwych wyborów. Dobrowolnie pokazujemy także w składzie produktów błonnik, bo uważamy że jest to ważna informacja żywieniowa."*

ORGANIZACJA SKLEPU

- **Biedronka wdrożyła strategię promowania zdrowego żywienia,** zgodnego z Talerzem Zdrowia.
- W związku z tym **dział z warzywami i owocami został umieszczony na wejściu do sklepu,** żeby klient mógł częściej wybrać te produkty.

*„**Podjęliśmy strategiczną decyzję o zmianie układu sklepu**. Stawiamy na świeżą żywność. **Warzywa są w pierwszej alei, ponieważ ma to wpływ na wybory konsumentów."***

OŚWIADCZENIA ŻYWIENIOWE

- Na niektórych produktach roślinnych pojawiają się także oświadczenia żywieniowe, które również pełnią funkcję nawigacyjną dla klienta (np. rodzynka = naturalne źródło błonnika; kasze i produkty strączkowe marki „Plony natury" = naturalne źródło białka).

Cytaty pochodzą od ekspertów wewnętrznych sieci Biedronka

Żywność specjalnego przeznaczenia w ofercie Biedronki

Ipsos

Rozwój jakości w Biedronce oznacza również wprowadzanie nowych segmentów żywności (1/2)

ŻYWNOŚĆ WEGETARIAŃSKA I WEGAŃSKA

- Biedronka nie mogła nie odpowiedzieć na taki trend, jak żywność wegańska i wegetariańska. Chociaż obserwuje się, że ten trend jest raczej obecny w dużych miastach, to są także kategorie produktowe, które dobrze rotują, bez względu na gęstość zaludnienia.
- Obecnie w sklepach Biedronka tylko w stałym asortymencie jest około 30 produktów wegańskich marki własnej go Vege, a ogólna oferta jest znacznie szersza.

*„**W dużych miastach to już nie jest nisza**. To są produkty, które mamy na stałe w asortymencie."*

*„**Rozbudowujemy naszą ofertę**. Znaleźliśmy na przykład taką firmę All Nutriton w internecie, okazało się, że się świetnie sprzedaje. Ma dobry skład, trafia w jakąś niszę. I dziś mamy ją na półkach."*

*„**Przyczyniliśmy się do wykreowania trendu na żywność wegańską.** Spora część produktów była u nas jako pierwsza. Np. napój wegański fermentowany bez cukru. Byliśmy pierwsi z takim produktem. Były produkty z innych kategorii, burgery z burakiem. Ta półka w ostatnim roku bardzo się rozwinęła.*
***W 2020 roku wprowadziliśmy 68 nowych produktów odpowiednich dla wegan.** Są sery wegańskie, wędliny wegańskie, jogurty. Przechodzimy na owies, który jest w Polsce dostępny i dobrze postrzegany, wielu konsumentów jada owsianki. Produkty migdałowe, ryżowe. Jest szaleństwo w kategorii wegańskiej. To się dzieje globalnie.*
Staramy się tak odpowiadać na trendy, żeby dawać klientom produkty, których w Polsce jeszcze nie ma. Kreujemy produkt, zastanawiamy się na bazie czego będzie dobry."

*„**Teraz jest moda na produkty wegetariańskie i wegańskie**. Celebryci je polecają i to ma duży wpływ.*
***Ludzie przykładają teraz więcej wagi do kwestii żywieniowych. Produkcja zwierzęca ma bardziej negatywny wpływ niż roślinna**. Dla wielu młodych ludzi to bardzo ważne. Mają potrzebę zrobienia czegoś dla swojego otoczenia. Część ludzi ma **przekonanie, że dieta wegetariańska jest zdrowsza**. Teraz w Polsce najwięcej mamy fleksitarian: grupę ludzi, która korzysta z tego co jest dobre w poszczególnych trendach."*

Biedronka

Cytaty pochodzą od ekspertów wewnętrznych sieci Biedronka

Ipsos

Rozwój jakości w Biedronce oznacza również wprowadzanie nowych segmentów żywności (2/2)

BIO / EKO / ORGANIC

- **Produkty certyfikowane, droższe od standardowych**, ale obecne w Biedronce. Wysoka cena wynika z dostępności surowca.
- **Dzisiejsza żywność ekologiczna korzysta z tradycyjnych metod** – np. takie uprawy, żeby zapewnić bezpieczeństwo bez oprysków. Ale korzysta **także z badań naukowych w zakresie przetwórstwa i wydłużeniem trwałości przechowalniczej.**

- Jednak wygląda na to, ze trend na żywność bio / eko jest jeszcze bardzo niszowy i dotyczy tylko niewielkiej grupy klientów.

*„Mamy **produkty Go BIO pochodzące z rolnictwa ekologicznego**, ze zrównoważonych upraw."*

*„Popularne wyobrażenie produktów eko to starsza pani sprzedająca domowy ser sprzedaje. A tymczasem **to jest bardzo nowoczesna branża, korzystająca z osiągnięć naukowych**. Np. użycie bakterii kwasu mlekowego, żeby wydłużyć trwałość bez użycia standardowych konserwantów."*

***„Przestrzeliliśmy. Ze 4 lata temu sądziliśmy, że to będzie jeden z dominujących trendów**, na Zachodzie w sklepach jest po 100 produktów z tej kategorii. U nas wprowadziliśmy markę Go BIO, ale potem redukowaliśmy ilość."*

ŻYWNOŚĆ BEZGLUTENOWA

- Ze względu na potrzeby konsumentów z nietolerancją glutenu i celiaklią zostały **wprowadzone i odpowiednio oznakowane produkty bezglutenowe.**

***„Jest wiele osób z nietolerancją glutenu i są ludzie, którzy uważają, że taka dieta jest zdrowsza**. Ten trend jest silny w Polsce, w Niemczech, w Portugalii. **Mamy oznakowanie produktów bezglutenowych** we współpracy ze stowarzyszeniem. Mamy to przebadane i certyfikowane."*

Cytaty pochodzą od ekspertów wewnętrznych sieci Biedronka

Również eksperci podkreślają, że sieci handlowe (w tym Biedronka) znacznie rozszerzyły ofertę produktów dostosowanych do zróżnicowanych potrzeb klientów. (1/2)

PRODUKTY EKO I ŻYWNOŚĆ DOSTOSOWANA DO RÓŻNYCH POTRZEB ŻYWIENIOWYCH

- **Dostarczanie przez sieci handlowe żywności dla konsumentów stosujących różne style żywienia** to również bardzo istotny trend rynkowy.
  - Ze względu na obecną indywidualizację wskazań żywieniowych, trend ten spotyka się **z dużym poparciem ze strony ekspertów żywieniowych.**

- Zdaniem ekspertów, najbardziej dynamicznie rozwijające się segmenty to:

  - **Żywność wegetariańska i wegańska** – choć odsetek wegetarian i wegan jest nadal niewielki w Polsce, to przybywa flexitarian, którym tego typu produkty pomagają zmienić styl żywienia.

  - **Produkty dla konsumentów na dietach eliminacyjnych** - np. produkty bezglutenowe, bez laktozy, itd..

  - **Produkty wysokobiałkowe** – dla osób intensywnie uprawiających sport.

  - **Produkty eko i bio** – ważny segment rynku, ale Polscy konsumenci mają spore bariery wobec tego typu produktów (wysoka cena i brak wiarygodności dotyczącej wyższej naturalności i jakości w porównaniu ze standardową ofertą rynkową).

Również eksperci podkreślają, że sieci handlowe (w tym Biedronka) znacznie rozszerzyły ofertę produktów dostosowanych do zróżnicowanych potrzeb klientów. (2/2)

PRODUKTY EKO I ŻYWNOŚĆ DOSTOSOWANA DO RÓŻNYCH POTRZEB ŻYWIENIOWYCH

*„**Biedronka stara się zmienić mit byle jakiej żywności**. Dbają o to, by nawet ludzie na diecie bezglutenowej też znaleźli dla siebie bezpieczne produkty. **Dzięki Biedronce nastąpił przełom w sprzedaży produktów bezglutenowych: znacznie więcej producentów zaczęło je produkować.** A że Biedronka jest niemal w każdej miejscowości, to **bardzo się rozszerzył dostęp tych produktów**. Dzięki temu nastąpiła też zmiana w postrzeganiu – to że ktoś czegoś nie je stało się normalne."*
Promotor zdrowego żywienia

*„Biedronka to jest miejsce gdzie proponujemy produkty dla osób o specjalnych potrzebach. **Od 2014 produkty specjalnych potrzeb, np. bezglutenowe nie są niszą. Mamy około 100 produktów."***
Producent żywności współpracujący z siecią Biedronka

*„**Produkty wysokobiałkowe typowo dla sportowców coraz częściej są poszukiwane**. Rynek szukał takich produktów budujących masę mięśniową. W naszej ofercie są białka serwatkowe, dostępne w saszetkach. Mamy też napój serwatkowy wysokobiałkowy dla sportowców, który nie jest słodzony cukrem tylko stewią, w kartoniku, który można zabrać ze sobą."*
Producent żywności współpracujący z siecią Biedronka

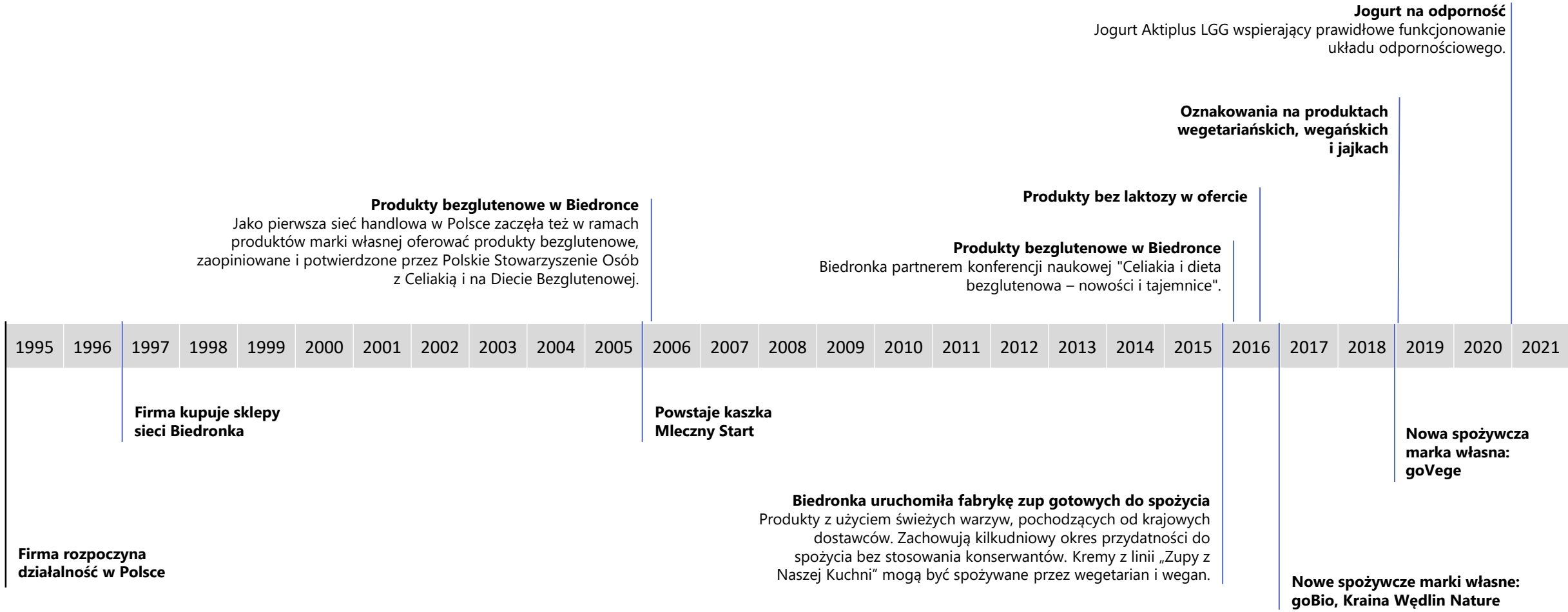
*„**Sieci oferują duży wybór produktów wyraźnie oznakowanych**. Pomagają spersonalizować nasze żywienie – dają wybór."*
Ekspert naukowy

*„W Biedronce jest **tendencja do czyszczenia etykiety, żeby te produkty były bez alergenów**. Biedronka bardzo obserwuje rynek. Jeśli jakieś produkty mniej się sprzedają, to woli iść w kierunku najnowszych trendów. Teraz jest nacisk na bio i w Biedronce znajdziemy dużo tych produktów."*
Ekspert od żywienia

*„Na przestrzeni 2016-2017 roku zaczęły się pojawiać **pytania dotyczące dostępności produktów wegańskich, więc weszliśmy w ten obszar**. Pytania konsumentów o produkty bez dodatku cukrów, to też jest element, który mocno wybrzmiewa."*
Producent żywności współpracujący z siecią Biedronka

© Ipsos

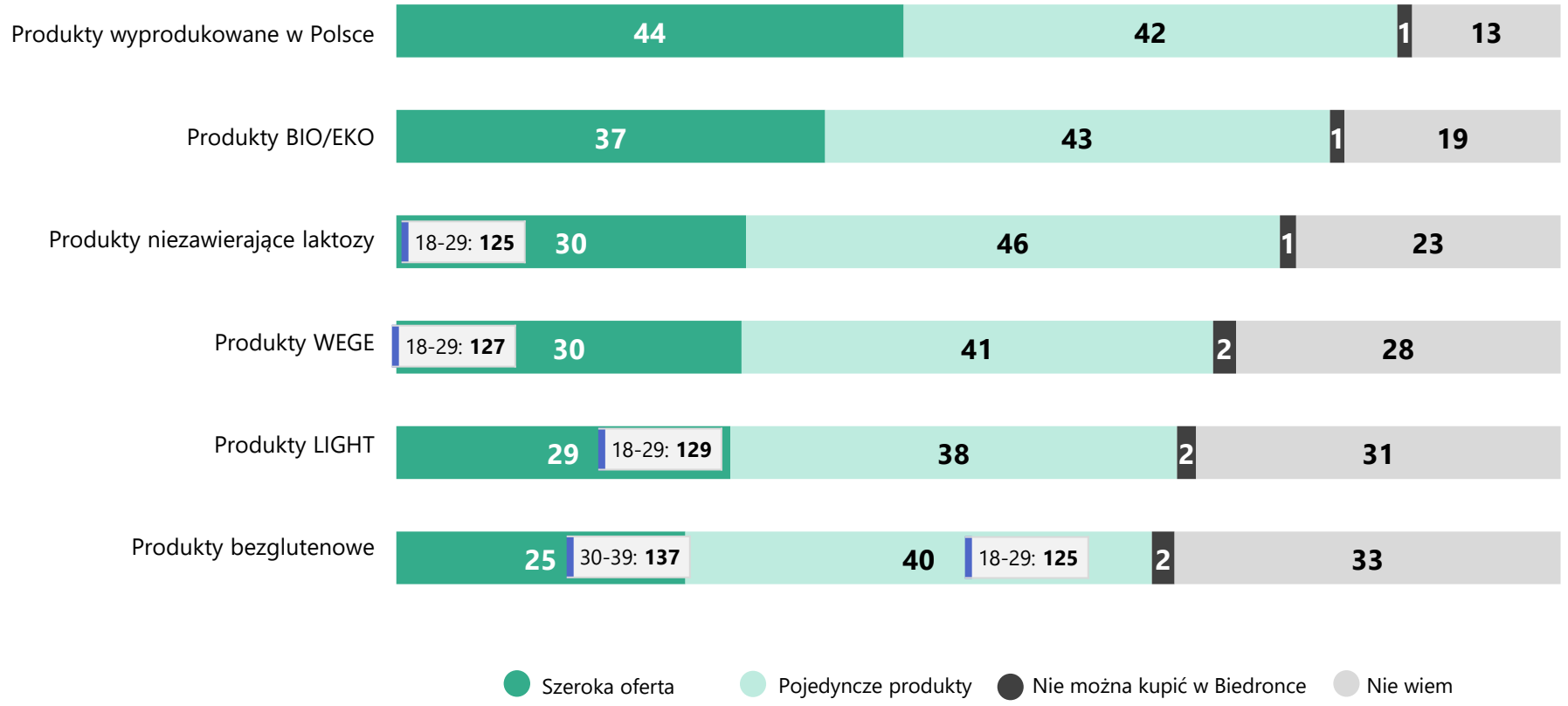
Biedronka od lat wprowadza produkty specjalnego przeznaczenia:



***Źródło**: Badane Eating Habits, desk research, Ipsos 2021*

Doceniamy rozwój oferty produktów specjalnych, bo pomagają nam odżywiać się tak jak chcemy/ potrzebujemy

OPINIE O OFERCIE PRODUKTÓW SPECJALNYCH W SKLEPACH BIEDRONKA



Dane: *w %*
Pyt.: *D42a. Czy Pana(i) zdaniem w sklepach Biedronka są dostępne produkty LIGHT (lekkie, o obniżonej zawartości tłuszczu lub cukru)? D82a. Czy Pana(i) zdaniem produkty BIO/EKO są dostępne w sklepach Biedronka? D112a. Czy Pana(i) zdaniem żywność bezglutenowa jest dostępna w sklepach Biedronka? D132a. Czy Pana(i) zdaniem produkty niezawierające laktozy są dostępne w sklepach Biedronka? D140a. Czy Pana(i) zdaniem w sklepach Biedronka jest dostępna żywność wyprodukowana w Polsce? D183a. Czy Pana(i) zdaniem w sklepach Biedronka są dostępne produkty WEGE (wegetariańskie, wegańskie, bezmięsne)?*
Baza*: Wszyscy respondenci: N=2003, Respondenci, którzy słyszeli o produktach BIO/EKO / bezglutenowych / niezawierających laktozy: n=1647 / 1733 / 1684.*

Czynniki sukcesu i wyzwania na przyszłość

Konsumenci i eksperci od żywienia są przekonani o tym że Biedronka odniosła sukces. Co za nim stoi?

*„**Korzystamy z ogromnego doświadczenia firmy macierzystej, ale nie kopiujemy działań**, tylko dostosowujemy je do Polskiego rynku. Dyskont to był unikalny format w tamtych czasach."*

*„**Efektywność operacyjna** jest naszym atutem bardzo szybko reagujemy na zmiany na rynku."*

*„**Jest duża otwartość w organizacji na zmiany.** Na wprowadzanie nowych produktów i na testowanie ich w sklepach."*

*„**Zaangażowanie i pasja ludzi –** mamy osobistą satysfakcję ze zmian, które wprowadzamy."*

*„**Stawiamy na lokalnych dostawców, otwartych na innowacje, dostosowujących linie produkcyjne do zmieniającego się rynku Od początku udział polskich produktów był wysoki**. Opieramy się na wytycznych polskich ekspertów ds. żywienia, dostosowujących rekomendacje WHO do Polskich uwarunkowań."*

*„**Dobra współpraca z producentami** – wspólnie opracowujemy smak i skład produktów, żeby osiągnąć najwyższą jakość."*

*„**Pomagamy wzrastać producentom, z którymi współpracujemy**. A oni, dzięki rozwinięciu produkcji mogą wprowadzać nowe technologie i innowacyjne linie produkcyjne."*

*„**Konsekwentnie rozwijamy jakość produktów.** Dbamy o bezpieczeństwo żywności i promujemy zdrową dietę."*
*„**Zatrudniamy wiele osób w naszych działach jakości, profesjonalistów, technologów**. Dział zakupów niczego nie kupi zanim uzyska aprobatę działu jakości."*
*„**Chcemy wpływać na zmianę nawyków żywieniowych**. Przyjmujemy **długoterminową perspektywę**, nie wchodzimy w mody."*

Cytaty pochodzą od ekspertów wewnętrznych sieci Biedronka

Dostosowanie się do oczekiwań klientów – to stale najważniejsze wyzwanie producentów żywności

- **Dostosowywanie jakości produktów do stale wzrastających oczekiwań klientów –** to długofalowy proces:
  - W przypadku reformulacji i czyszczenia etykiet trudność sprawia **osiągnięcie kompromisu pomiędzy wysokimi walorami odżywczymi składu i smakiem**. Dlatego potrzebne są wielokrotne testy, wykorzystuje się nowe, naturalne składniki i nowoczesne technologie produkcji, żeby osiągnąć jak najlepszy efekt.

- Oczekiwany przez sieci handlowe **długi termin przydatności do spożycia po to by zapobiegać marnowaniu żywności vs. naturalny skład** – tutaj również osiągnięcie kompromisu wymaga dużego nakładu .

- **Zmiana związana z covidem: wzrost cen surowców, wydłużenie się czasu oczekiwania na surowce**, co w branży spożywczej jest szczególnie dotkliwe ze względu ograniczony czas przydatności do spożycia; trudności w pozyskaniu pracowników do pracy.

- Działania ze strony firm nie dostarczających wysokiej jakości, które mogą powodować zniechęcenie się konsumentów do danej kategorii produktowej.

Producenci współpracujący z siecią Biedronka:

*„Zależy nam na tym żeby nie zawieść klienta – **zapewniać wysoką jakość i powtarzalność produktów***
*Chcemy osiągnąć **jak najlepszy skład produktów, ale zapewnić jednocześnie dobry profil smakowy** odpowiadający konsumentom. Jest to trudne do osiągnięcia, ponieważ cukier i sól to naturalne konserwanty od wieków.*
*[…] **zmieniliśmy tłuszcze we wszystkich naszych produktach na roślinne**. Nie stosujemy oleju palmowego czy kokosowego. Uważamy że olej rzepakowy – złoto północy - jest najbardziej odpowiedni dla Polaków, ma też dobry profil tłuszczów nienasyconych."*

*„Bywa że **w trakcie reformulacji składu musimy zmienić technologię produkcji** i dostawcy przygotowują nam surowiec o odpowiedniej ziarnistości, konsystencji i PH. […] Mamy **innowacyjną linię produkcyjną** jedyną w Europie, przygotowaną według naszych specyfikacji – po to żeby produkować gotowe dania przy użyciu mniejszej ilości tłuszczu."*

***„Covid stanowi wyzwanie związane z terminowością dostaw surowców** ze względu na przestoje fabryk. Ale mamy wypracowaną przez lata dobrą współpracę z Biedronką i z naszymi dostawcami i dzięki temu udaje się uniknąć przerw w zamówieniach."*

*„Pojawia się **dużo małych firm, które próbują podrobić jakość, klient się zraża do całej kategorii."***

Dzięki współpracy z Biedronką producenci żywności i dostawcy się rozwijają

*„**Nasza firma bardzo się rozwinęła dzięki współpracy z siecią Biedronka. I nasi dostawcy również**. Dzięki otwartości właściciela naszej firmy i otwartości Biedronki. Pracują tam wysokiej klasy specjaliści, technolodzy żywności, bardzo otwarci na ulepszanie żywności. **Mamy przemyślenia z dwóch stron, wspólnie dyskutujemy**, **poszukujemy niestandardowych surowców i wprowadzamy najlepsze rozwiązania**. Nie wszystkie przechodzą potem testy, mamy dużo doświadczeń i rośniemy w siłę."*

Producent żywności współpracujący z siecią Biedronka

Producenci żywności koncentrują się na dostosowywaniu swojej oferty do stale rosnących oczekiwań klientów.

Eksperci patrzą w przyszłość. Ich zdaniem **największe wyzwanie branży spożywczej to ochrona środowiska**.

Zdaniem ekspertów, przyszłość branży spożywczej to konieczność zmierzenia się z problemami związanymi z ochroną środowiska

- Branża spożywcza musi się zmierzyć z wyzwaniami związanymi **z wpływem masowej produkcji żywności na środowisko.**
- Ważnym tematem jest również kwestia **opakowań:**
  - **Producenci pracują nad dostosowaniem opakowań do wymagań środowiskowych**, jednak sporym wyzwaniem jest to, że w branży spożywczej opakowania wpływają na trwałość i bezpieczeństwo produktów, więc np. trudno jest zrezygnować z folii.
  - Producenci starają się wprowadzać opakowania poddające się recyclingowi, monostrukturalne, pocieniają folie etc.
- Wskazywano również na masową skalę produkcji, także w skali Polski – brak regionalnego zróżnicowania oferty sieci handlowych.

„Dawniej stosowaliśmy grube, masywne folie, obecnie pocieniane, monostrukturalne, odpowiednie do recyclingu."
Producent żywności współpracujący z siecią Biedronka

*„Największym wyzwaniem jest obecnie **odpowiedzialność za środowisko.** Szczególnie hodowla mięsa zużywa zasoby."*
Dietetyk kliniczny

***„Wyzwania dla branży spożywczej to przede wszystkim uwzględnienie wpływu produkcji żywności na środowisko**. Np. przyjmuje się, że do wyprodukowania 1 kg wołowiny zużywa się obecnie około 10–30 tys. litrów wody."*
Ekspert naukowy

*„Sieci spożywcze wymuszają niskie ceny, przez co dochodzi do **umasowienia rolnictwa**. Wielki przemysł rolny oznacza wyzwania związane z bioróżnorodnością i jakością gleby.*
Mc-donaldyzacja – brak lokalnego charakteru, zakorzenienia w lokalnych społecznościach i współpracy z lokalnymi dostawcami w danym regionie Polski.
Sieci handlowe działają na tak olbrzymią skalę, że powinny stworzyć zamknięty obieg opakowań. Zainwestować w maszyny do butelek czy mielarki do plastiku."
Ekspert Kulinarny

Biedronka podejmuje działania w zakresie ochrony środowiska. Obecnie mówi się dużo o opakowaniach.

REDUKCJA PLASTIKU

- Proces realizowany nie tyko przez sieci handlowego, ale także producentów żywności. Proces jest na tyle zaawansowany, że problemem staje ograniczona ilość recyklatu.
- Klienci sami zaczynają domagać się ograniczenia plastiku, albo przejścia na opakowania recyklingowane.

*„**Widzę to przez pryzmat reklamacji. Klienci poruszają takie tematy** – czy możecie zredukować ilość plastiku w owocach i warzywach? Dlaczego cukinia jest w folii? Albo dlaczego nie przechodzicie na opakowania recyklingowane?"*

*„Silnym trendem będzie **troska o środowisko**. Będzie **trend, żeby opakowania były wielokrotnego użytku albo przetwarzane.** Świadomi konsumenci będą na to zwracać uwagę."*

*„Człowiek świadomy przywiązuje uwagę do środowiska, segreguje śmieci, nie marnotrawi. Staramy się pokazać, że jako firma, przykładamy do tego dużą wagę. Tych działań jest u nas sporo. **Odzyskujemy papier, plastik. Butelki przetworzone są droższe w produkcji niż nowe, ale mają mniejszy wpływ na środowisko."***

***„Zmieniliśmy kolor kapsułek DolceGusto** z czarnych na brązowe, które mogą być poddane recyclingowi."*

„Wpływ produkcji żywności na klimat Obieg zamknięty opakowań. Pozyskiwanie surowców ze zrównoważonych upraw."

Cytaty pochodzą od ekspertów wewnętrznych sieci Biedronka

PODSUMOWANIE

MYŚLENIE O ZDROWYM ODŻYWIANIU

- Przekonanie o tym, że odżywianie ma wpływ na zdrowie, jest powszechne. Dwie trzecie Polaków uważa, że odżywia się zdrowo. Zdrowe odżywianie się definiowane przede wszystkim jako:

Jedzenie codziennie owoców i warzyw	Ograniczanie spożycia cukru, soli i tłuszczu	Zjadanie pięciu posiłków w ciągu dnia	Jedzenie produktów naturalnych i zdrowych

- Jednocześnie wydaje się, że wzrostowi świadomości w tematyce zdrowego odżywiania nie towarzyszą istotne zmiany postaw – jesteśmy rozdarci między tym, co zdrowe, a przyjemnością jedzenia tego, co smaczne.

- Pod wpływem pandemii zapragnęliśmy bardziej zadbać o swoje zdrowie i prawidłowe odżywianie, ale w praktyce BMI Polaków w tym czasie znacząco wzrosło.

ZMIANY W ŻYWIENIU W SZEROKIEJ PERSPEKTYWIE

- Wraz ze złożonymi i wielowymiarowymi zmianami zachodzącymi w polskim społeczeństwie od lat 90. XX wieku, zmieniają się także zwyczaje żywieniowe Polaków.
  - Zachłyśnięcie niskimi cenami i bogactwem wyboru w początkach transformacji ustrojowej zostaje stopniowo zastąpione poszukiwaniem produktów nie tylko przystępnych cenowo, ale także o wysokiej jakości.
  - Szeroki dostęp do informacji umożliwia łatwe porównywanie ofert poszczególnych sklepów.
  - Z biegiem lat dynamicznie rozwijający się w latach 2000 handel wielkopowierzchniowy ustępuje miejsca dyskontom, które stają się podstawowym miejscem zakupów żywnościowych Polaków.
  - Popularne programy telewizyjne podnoszą rangę domowego gotowania i upowszechniają mniej znane produkty i kuchnie.
- Jednocześnie w polskich domach nadal jada się przede wszystkim według dawno utartych schematów: preferowane są tradycyjne, pamiętane sprzed lat dania, a odpowiedzialność za ich przygotowanie spoczywa głównie na kobietach.

CO SIĘ ZMIENIŁO?

- Jedzenie dziś bardziej niż 25 lat temu ma być przyjemnością. Jednocześnie zmienia się nasz styl życia i mamy mniej czasu na gotowanie. W związku z tym rzadziej przygotowujemy posiłki od podstaw, częściej zamawiamy jedzenie do domu i korzystamy z półproduktów.

- **NAJWIĘKSZE ZMIANY:**

Zwiększone wymagania: jedzenie kojarzy się bardziej z przyjemnością, niż po prostu odżywianiem, czy zaspokajaniem głosu, jak 30 lat temu.	Tradycyjne trzy posiłki dziennie zostały zastąpione pięcioma – między śniadaniem, obiadem i kolacją coraz częściej pojawiają się przekąski.	Rośnie świadomość zasad zdrowego odżywiania. Nie idą za tym jednak znaczące zmiany w postawach. W efekcie jest coraz więcej osób, które zdają sobie sprawę, że odżywiają się niezdrowo.
Większe urozmaicenie, indywidualizacja, różne style gotowania także w ramach jednego gospodarstwa domowego.	Stosunek do półproduktów: od negatywnego wizerunku, do dużo bardziej pozytywnego. Zwiększa się spożycie półproduktów (co jest spójne z dążeniem do szybkiego, łatwego gotowania)	Młodzi jedzą inaczej, niż starsi: szybciej, bardziej rozmaicie. W dodatku uczą się gotowania raczej z internetu, niż od rodziców.

CO POZOSTAŁO BEZ ZMIAN?

- Choć Polacy, zwłaszcza młodsi, powoli otwierają się na bardziej egzotyczne produkty, bazą nadal jest dla nich tradycyjna kuchnia polska.

- **OBSZARY Z NAJMNIEJSZYMI ZMIANAMI:**

Styl odżywania się seniorów, ale także konsumentów 40+	Żywienie dzieci – po okresie otwartości w młodości, gdy pojawią się dzieci wraca się do sposobu żywienia bardziej tradycyjnego.	Obiady niedzielne – w weekendy na stołach króluje rosół i schabowy z ziemniakami

ZWYCZAJE ŻYWIENIOWE

- Style żywienia różnią się w zależności od etapu życia oraz strategii radzenia sobie z napięciem między zdrowotną funkcją żywienia, a przyjemnością jedzenia.
- Dieta Polaków staje się bardziej zróżnicowana, ale zdaniem ekspertów nie jest zbilansowana. Do „grzechów głównych”, poza niewłaściwymi nawykami, należą:

- **GŁÓWNE „GRZECHY” POLSKIEJ DIETY:**

Zbyt małe spożycie owoców i warzyw	Za dużo tłuszczu, soli i cukru (choć rośnie świadomość ich szkodliwości i deklaratywnie staramy się ich unikać)	Za dużo mięsa • Odsetek wegetarian od lat pozostaje na niezmiennym poziomie 2%, ale powoli rośnie grupa osób, które twierdzą, że próbują ograniczać spożycie mięsa. • Polacy otwierają się także na alternatywne produkty roślinne – także dzięki poszerzającej się ofercie w Biedronce.
Za mało ryb i warzyw strączkowych	Za mało wartościowych produktów mlecznych	Dominacja produktów z białej mąki (choć według deklaracji pieczywo ciemne i pełnoziarniste zyskuje na popularności)

ZWYCZAJE ZAKUPOWE

- Pojawienie się dyskontów zrewolucjonizowało zwyczaje zakupowe Polaków.
  - Obecnie trzy czwarte z nas robi w nich zakupy spożywcze przynajmniej raz w tygodniu, a dla połowy dyskont jest najczęściej wybieranym miejscem zakupu żywności.
  - Najpopularniejsza jest Biedronka.

- Polacy lubią dyskonty, bo łączą w sobie zalety sklepów osiedlowych (bliskość, oferta podstawowych produktów, wysoka jakość) i hipermarketów (możliwość kupienia wszystkiego podczas jednej wizyty i atrakcyjne ceny).

- Zmiany zwyczajów zakupowych wywołane pandemią (częstsze robienie mniejszych zakupów, początkowe zainteresowanie zakupami online) okazały się krótkotrwałe.

ROLA BIEDRONKI

- Sieci handlowe, w tym Biedronka, stanowią istotne wsparcie w nierównej walce Polaków z niezdrowymi wzorcami konsumpcji.

Szeroka oferta i dostępność owoców i warzyw (i umieszczenie ich na wejściu do sklepu)	Wysokiej jakości produkty marek własnych	Reformulacja składu produktów	Współpraca z lokalnymi dostawcami	Znakowanie produktów, czyste etykiety	Działania edukacyjne

- Konsumenci dostrzegają i doceniają zmiany, jakie zaszły w Biedronce na przestrzeni ostatnich 25 lat.
  - W miejsce wizerunku sklepu taniego, niezbyt dobrze zorganizowanego.
  - Dziś Biedronka jest postrzegana jako bliska, przyjazna, z bogatą i szeroką ofertą.

- Jednocześnie zdrowe żywienie zaczyna być mocnym trendem i wymagania konsumentów w tym zakresie będą rosły. Drugim najważniejszym wyzwaniem dla producentów i sieci handlowych jest konieczność zmierzenia się z wyzwaniami związanymi z ochroną środowiska.

ABOUT IPSOS

Ipsos is the third largest market research company in the world, present in 90 markets and employing more than 18,000 people.

Our research professionals, analysts and scientists have built unique multi-specialist capabilities that provide powerful insights into the actions, opinions and motivations of citizens, consumers, patients, customers or employees. Our 75 business solutions are based on primary data coming from our surveys, social media monitoring, and qualitative or observational techniques.

“Game Changers” – our tagline – summarises our ambition to help our 5,000 clients to navigate more easily our deeply changing world.

Founded in France in 1975, Ipsos is listed on the Euronext Paris since July 1st, 1999. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP
www.ipsos.com

GAME CHANGERS

In our world of rapid change, the need for reliable information to make confident decisions has never been greater.

At Ipsos we believe our clients need more than a data supplier, they need a partner who can produce accurate and relevant information and turn it into actionable truth.

This is why our passionately curious experts not only provide the most precise measurement, but shape it to provide True Understanding of Society, Markets and People.

To do this we use the best of science, technology and know-how and apply the principles of security, simplicity, speed and substance to everything we do.

So that our clients can act faster, smarter and bolder. Ultimately, success comes down to a simple truth:
You act better when you are sure.