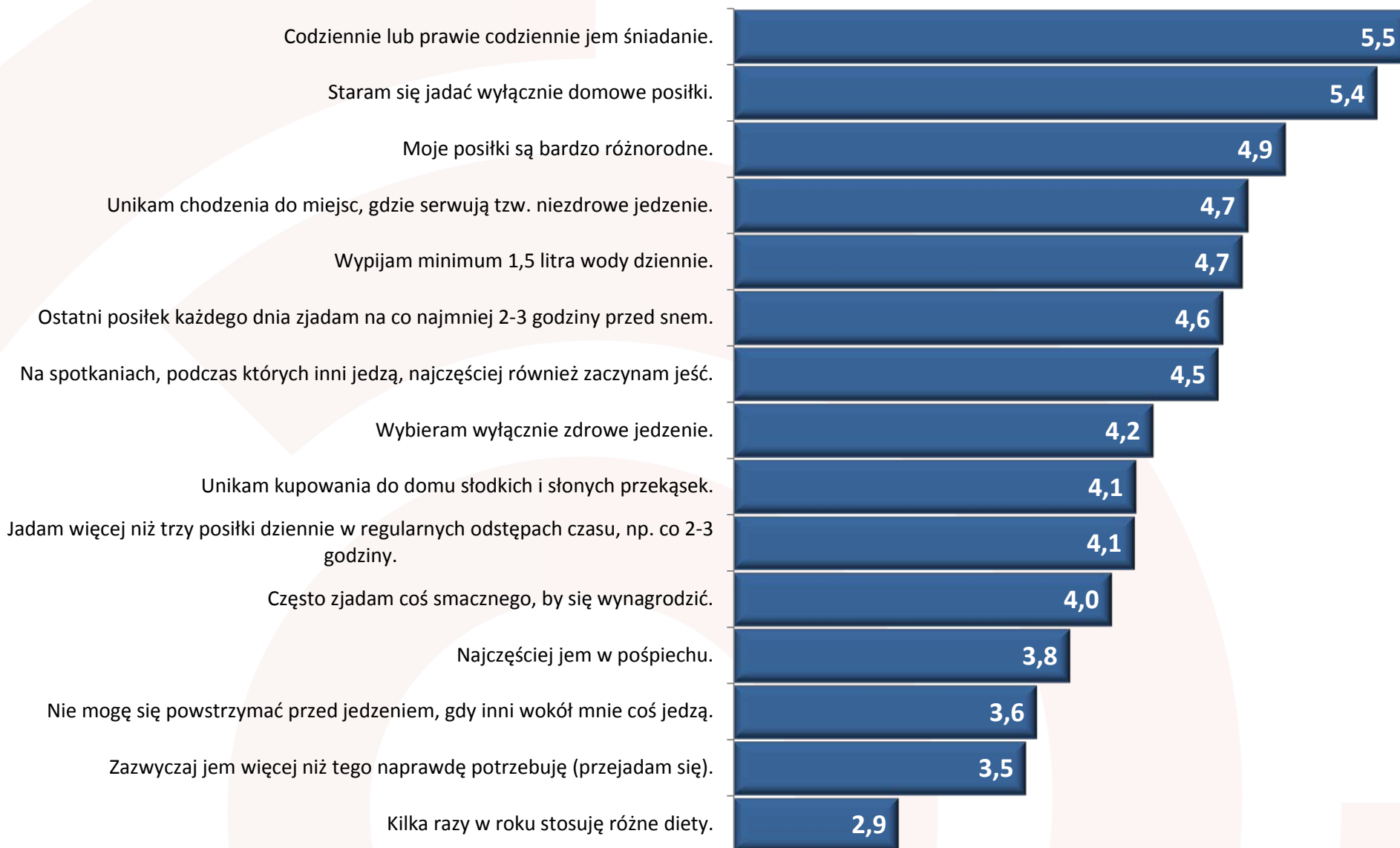




# Zachowania i przekonania żywieniowe w Polsce

# Zwyczaje żywieniowe

Na ile podane poniżej stwierdzenia są prawdziwe w odniesieniu do Ciebie?



Badania przeprowadzone w grudniu 2013 roku na ogólnopolskiej próbie liczącej N=1020 Polaków, dobranej z panelu Ariadna metodą CAWI. Kwoty dobrane wg reprezentacji w populacji Polaków wieku 15 lat i więcej dla płci, wieku, wykształcenia i wielkości miejscowości zamieszkania.

# Spożywanie napojów

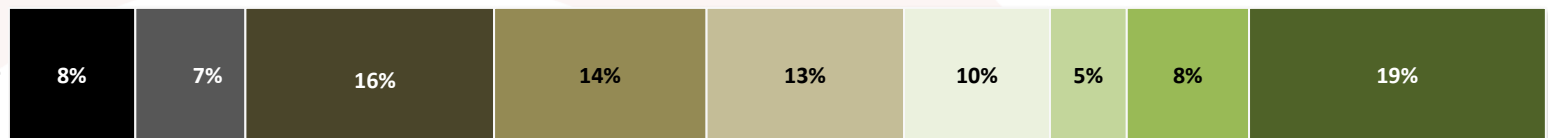
Jak często spożywasz poszczególne rodzaje produktów?

- kilka porcji dziennie
- 1 raz dziennie
- 3-4 razy w tygodniu
- 1 raz w tygodniu
- 2-3 razy w miesiącu
- 1 raz w miesiącu
- raz na 3 miesiące
- rzadziej niż raz na 3 miesiące
- w ogóle nie jadam

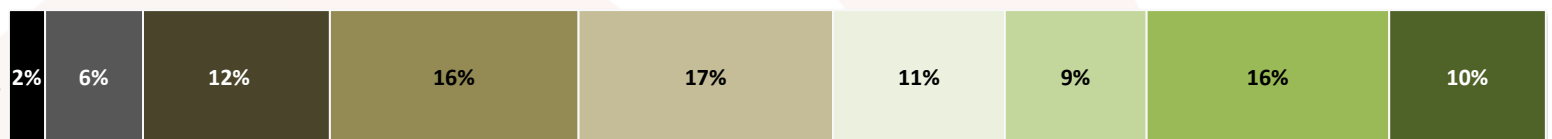
kawa lub herbata



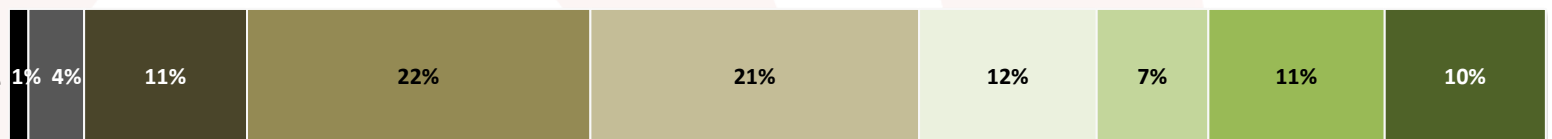
napoje gazowane słodzone



świeżo wyciskane soki warzywne lub owocowe



alkohol w jakiegokolwiek formie

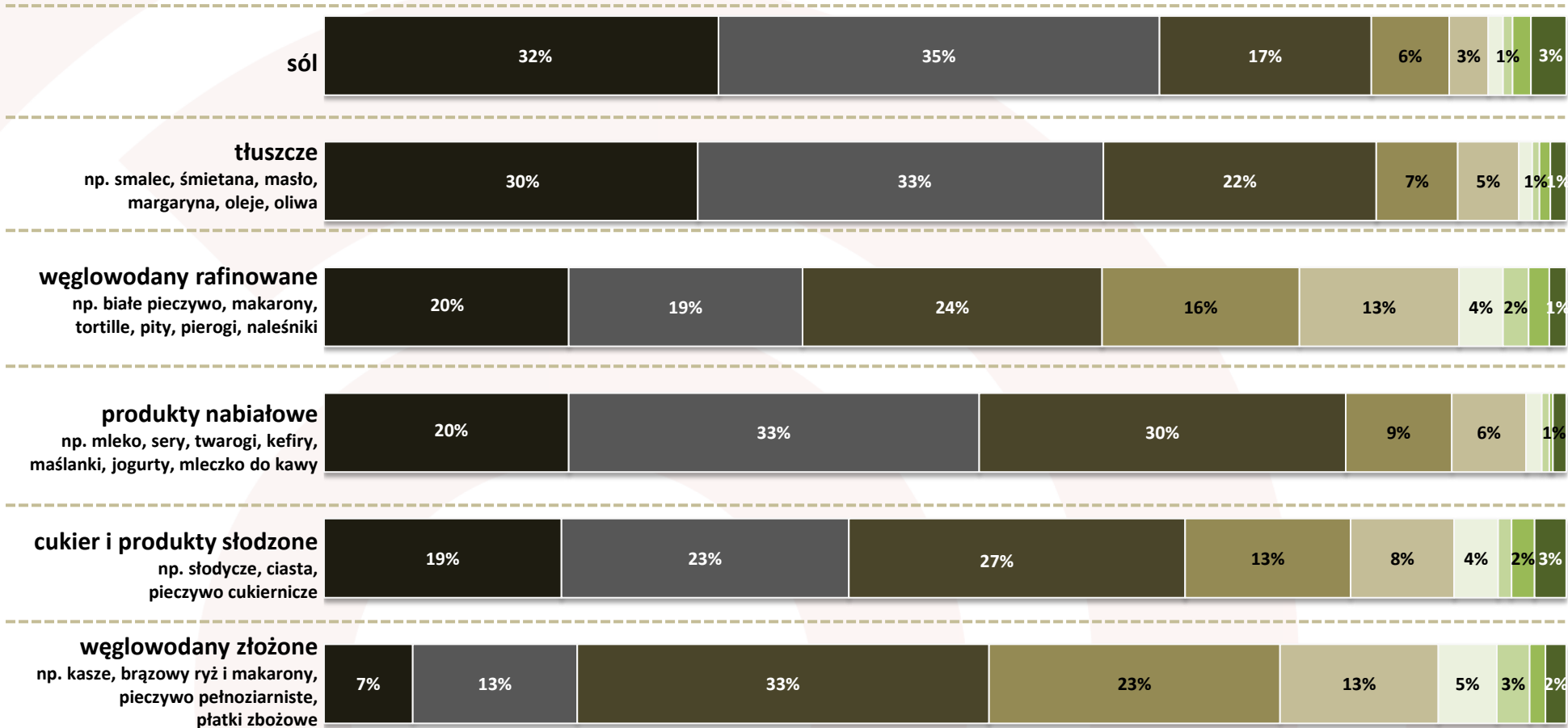


Badania przeprowadzone w grudniu 2013 roku na ogólnopolskiej próbie liczącej N=1020 Polaków, dobranej z panelu Ariadna metodą CAWI. Kwoty dobrane wg reprezentacji w populacji Polaków wieku 15 lat i więcej dla płci, wieku, wykształcenia i wielkości miejscowości zamieszkania.

# Spożywanie soli, tłuszczu, węglowodanów i nabiału

Jak często spożywasz poszczególne rodzaje produktów?

- kilka porcji dziennie
- 1 raz dziennie
- 3-4 razy w tygodniu
- 1 raz w tygodniu
- 2-3 razy w miesiącu
- 1 raz w miesiącu
- raz na 3 miesiące
- rzadziej niż raz na 3 miesiące
- w ogóle nie jadam



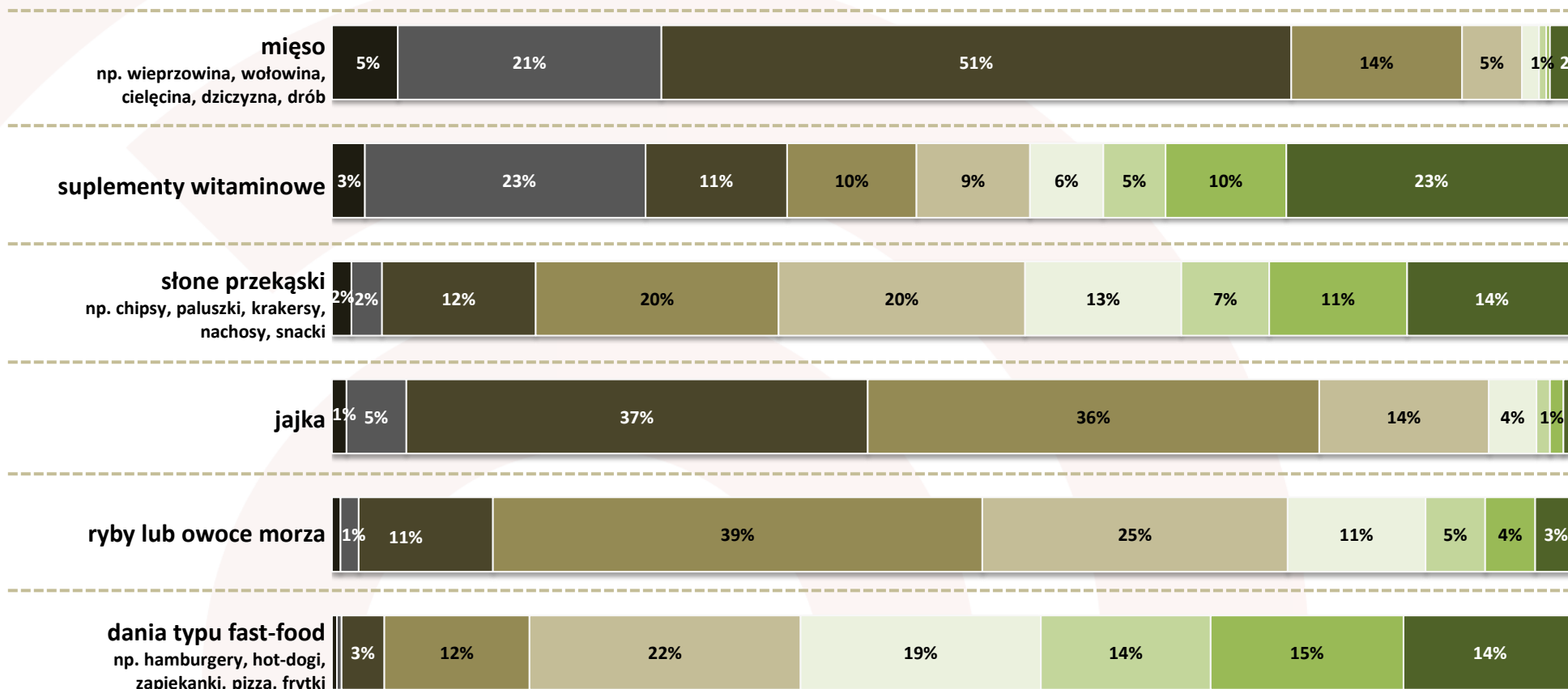
Odpowiadający: internauci w wieku 15+ (n=1020).

Badania przeprowadzone w grudniu 2013 roku na ogólnopolskiej próbie liczącej N=1020 Polaków, dobranej z panelu Ariadna metodą CAWI. Kwoty dobrane wg reprezentacji w populacji Polaków wieku 15 lat i więcej dla płci, wieku, wykształcenia i wielkości miejscowości zamieszkania.

# Spożywanie mięsa, suplementów, słonych przekąsek, ryb i fast-foodów

Jak często spożywasz poszczególne rodzaje produktów?

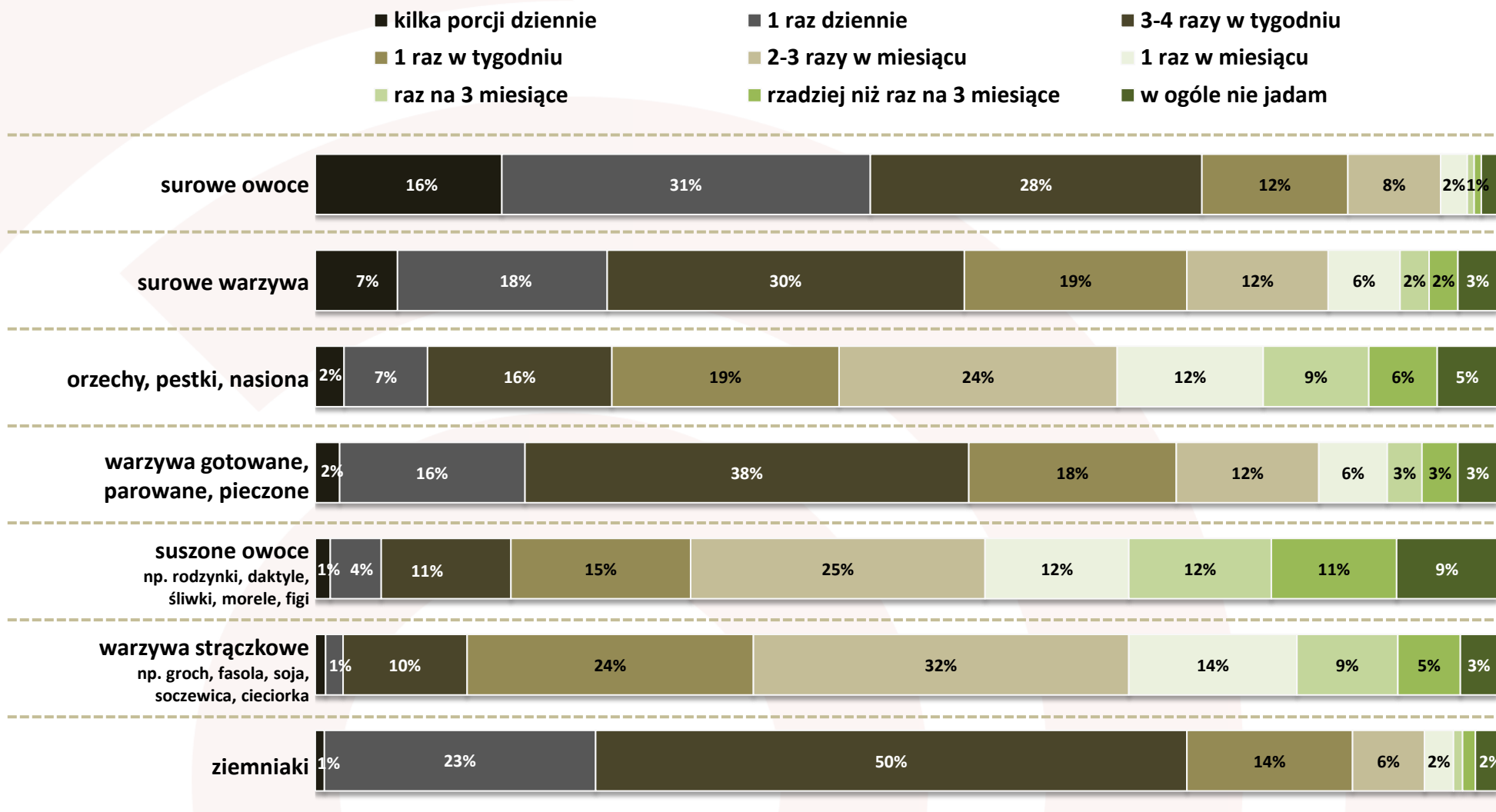
- kilka porcji dziennie
- 1 raz w tygodniu
- raz na 3 miesiące
- 1 raz dziennie
- 2-3 razy w miesiącu
- rzadziej niż raz na 3 miesiące
- 3-4 razy w tygodniu
- 1 raz w miesiącu
- w ogóle nie jadam



Badania przeprowadzone w grudniu 2013 roku na ogólnopolskiej próbie liczącej N=1020 Polaków, dobranej z panelu Ariadna metodą CAWI. Kwoty dobrane wg reprezentacji w populacji Polaków wieku 15 lat i więcej dla płci, wieku, wykształcenia i wielkości miejscowości zamieszkania.

# Spożywanie owoców i warzyw

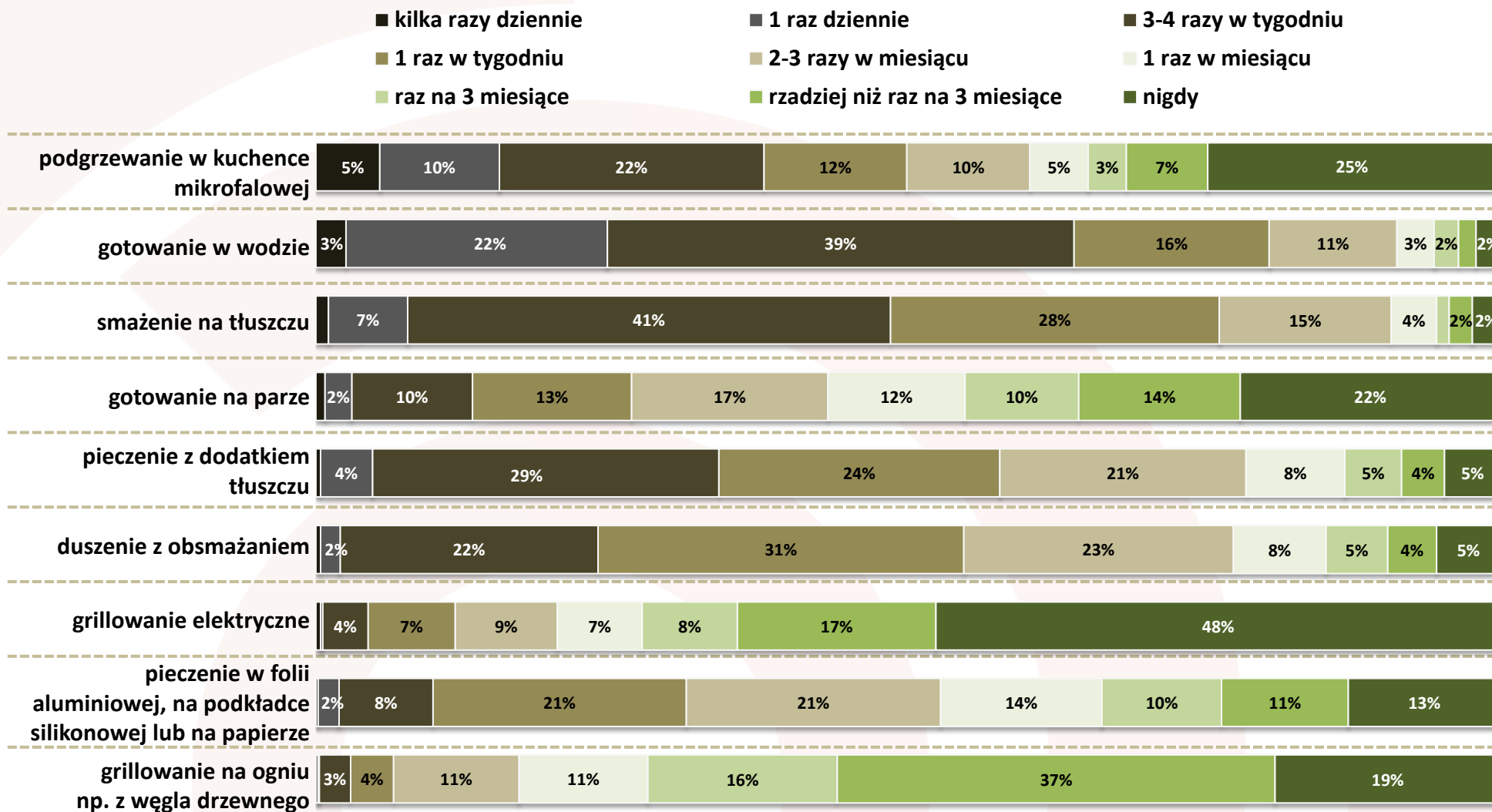
Jak często spożywasz poszczególne rodzaje produktów?



Badania przeprowadzone w grudniu 2013 roku na ogólnopolskiej próbie liczącej N=1020 Polaków, dobranej z panelu Ariadna metodą CAWI. Kwoty dobrane wg reprezentacji w populacji Polaków wieku 15 lat i więcej dla płci, wieku, wykształcenia i wielkości miejscowości zamieszkania.

# Sposób przyrządzania posiłków

Jak często przyrządzasz posiłki dla siebie w taki sposób?



Badania przeprowadzone w grudniu 2013 roku na ogólnopolskiej próbie liczącej N=1020 Polaków, dobranej z panelu Ariadna metodą CAWI. Kwoty dobrane wg reprezentacji w populacji Polaków wieku 15 lat i więcej dla płci, wieku, wykształcenia i wielkości miejscowości zamieszkania.

# Przekonania żywieniowe 1/4

Określ w jakim stopniu zgadzasz się lub nie zgadzasz się z podanymi poniżej stwierdzeniami.

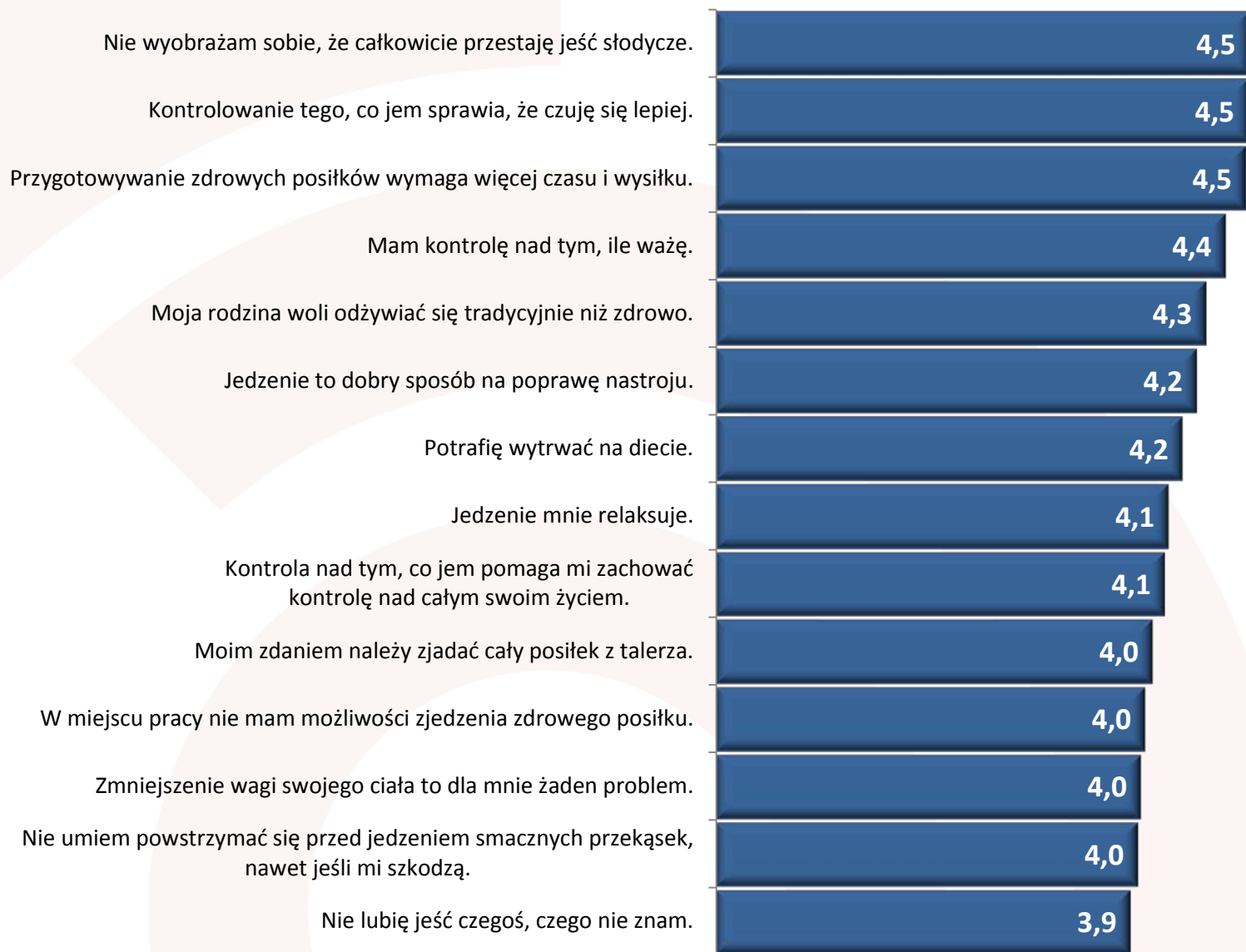


Badania przeprowadzone w grudniu 2013 roku na ogólnopolskiej próbie liczącej N=1020 Polaków, dobranej z panelu Ariadna metodą CAWI. Kwoty dobrane wg reprezentacji w populacji Polaków wieku 15 lat i więcej dla płci, wieku, wykształcenia i wielkości miejscowości zamieszkania.



# Przekonania żywieniowe 2/4

Określ w jakim stopniu zgadzasz się lub nie zgadzasz się z podanymi poniżej stwierdzeniami.



Badania przeprowadzone w grudniu 2013 roku na ogólnopolskiej próbie liczącej N=1020 Polaków, dobranej z panelu Ariadna metodą CAWI. Kwoty dobrane wg reprezentacji w populacji Polaków wieku 15 lat i więcej dla płci, wieku, wykształcenia i wielkości miejscowości zamieszkania.

# Przekonania żywieniowe 3/4

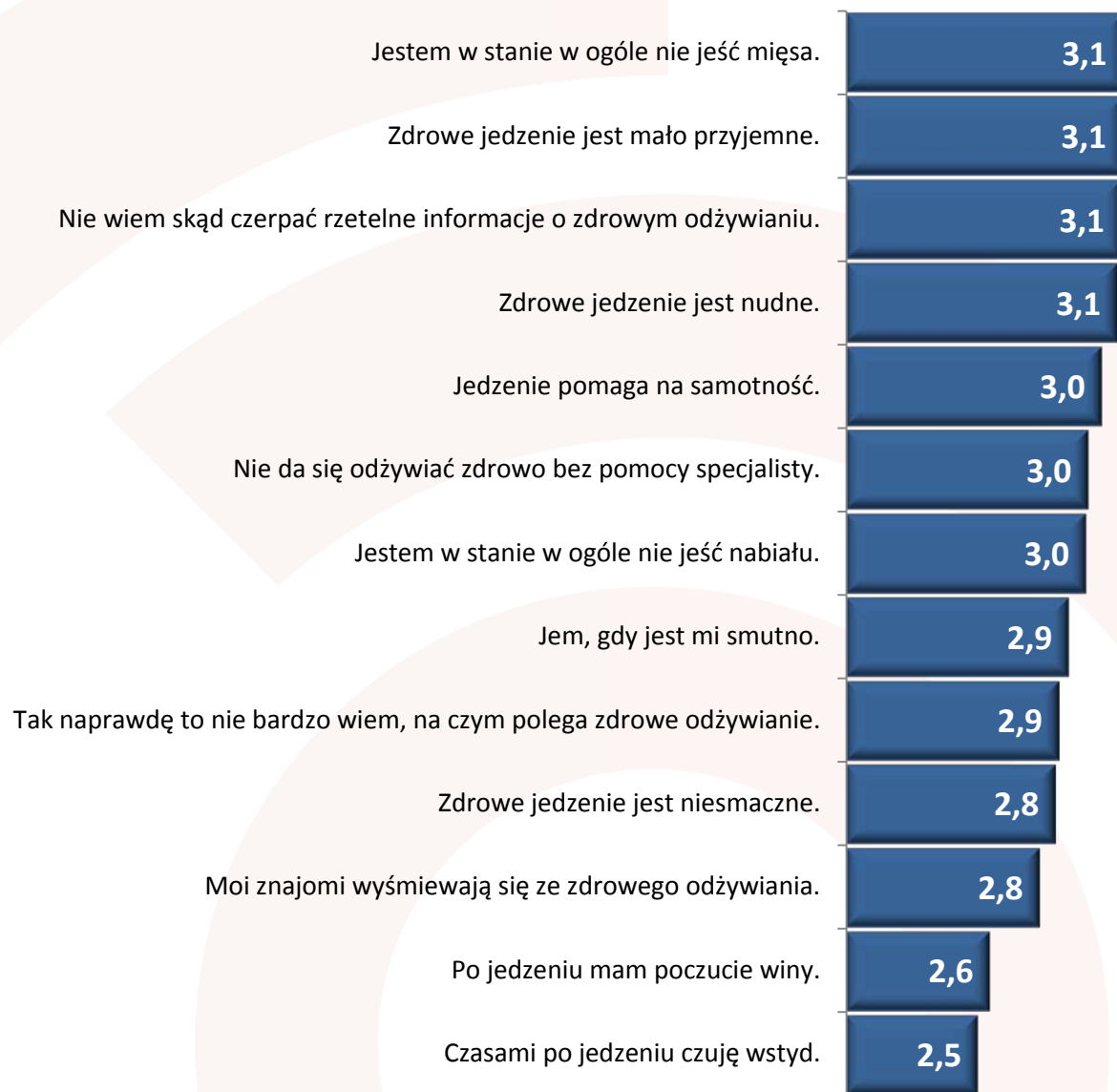
Określ w jakim stopniu zgadzasz się lub nie zgadzasz się z podanymi poniżej stwierdzeniami.



Badania przeprowadzone w grudniu 2013 roku na ogólnopolskiej próbie liczącej N=1020 Polaków, dobranej z panelu Ariadna metodą CAWI. Kwoty dobrane wg reprezentacji w populacji Polaków wieku 15 lat i więcej dla płci, wieku, wykształcenia i wielkości miejscowości zamieszkania.

# Przekonania żywieniowe 4/4

Określ w jakim stopniu zgadzasz się lub nie zgadzasz się z podanymi poniżej stwierdzeniami.



Badania przeprowadzone w grudniu 2013 roku na ogólnopolskiej próbie liczącej N=1020 Polaków, dobranej z panelu Ariadna metodą CAWI. Kwoty dobrane wg reprezentacji w populacji Polaków wieku 15 lat i więcej dla płci, wieku, wykształcenia i wielkości miejscowości zamieszkania.

# Ocena wpływu zdrowego odżywiania na organizm i środowisko

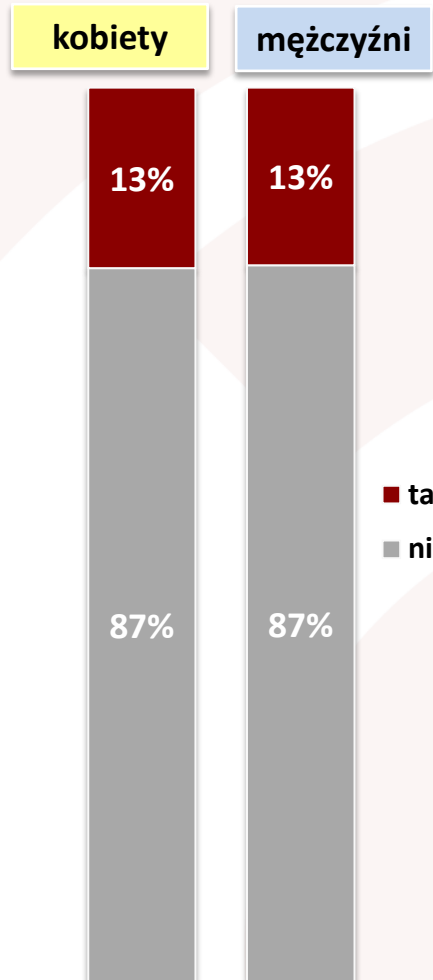
Oceń, na ile Twoim zdaniem zdrowe odżywianie ma wpływ lub nie ma wpływu na podane poniżej zjawiska?



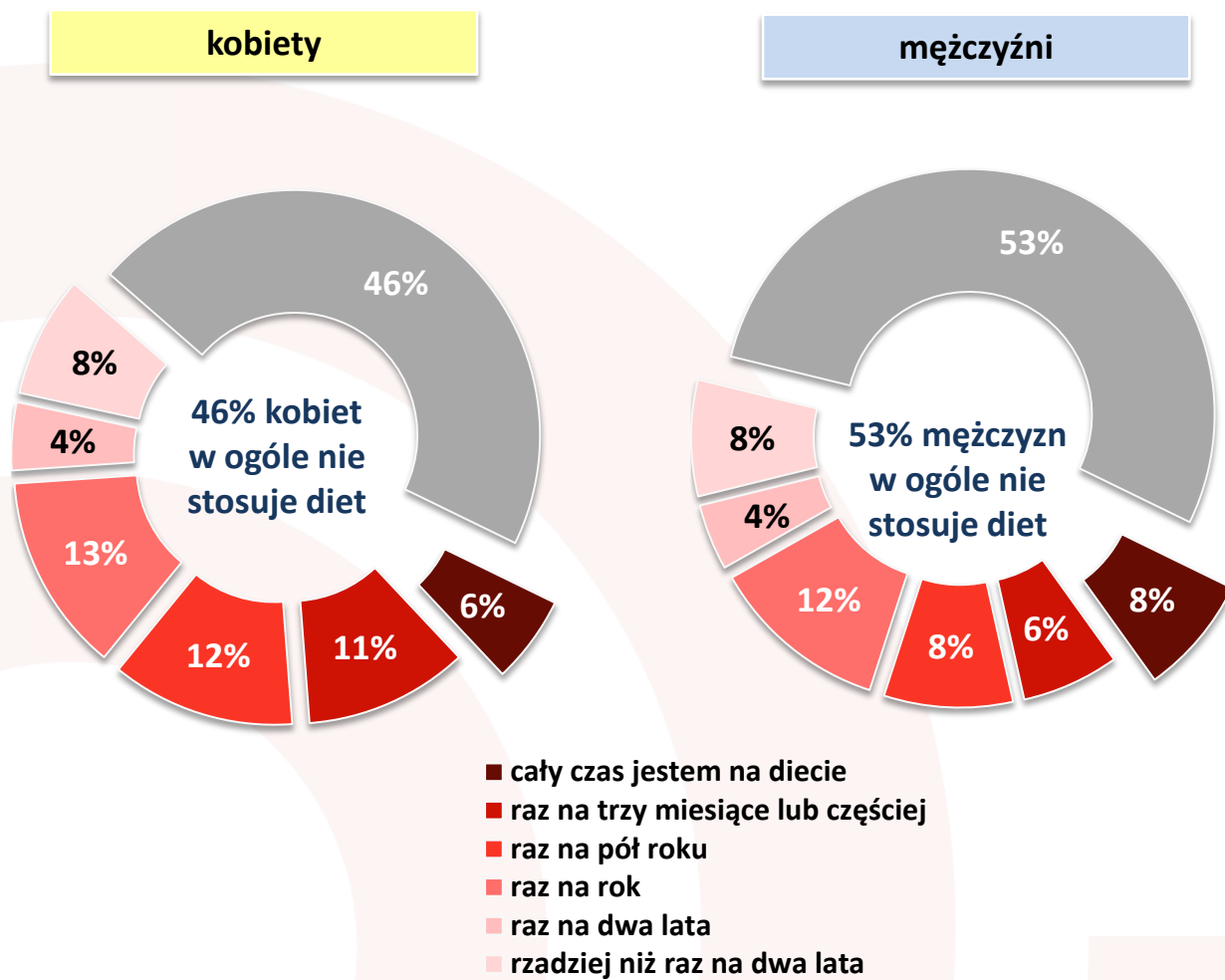
Badanie zostało zrealizowane na ogólnopolskim panelu badawczym ARIADNA w grudniu 2013 roku. Struktura próby reprezentatywna dla Polaków w wieku 15 lat i więcej ze względu na płeć, wiek, wykształcenie i wielkość miejscowości zamieszkania. Liczebność próby N=1020 osób.

# Diety

Czy obecnie jesteś na diecie?



Jak często zdarza Ci się być na diecie?



Badania przeprowadzone w grudniu 2013 roku na ogólnopolskiej próbie liczącej N=1020 Polaków, dobranej z panelu Ariadna metodą CAWI. Kwoty dobrane wg reprezentacji w populacji Polaków wieku 15 lat i więcej dla płci, wieku, wykształcenia i wielkości miejscowości zamieszkania.

## **Nota metodologiczna:**

Raport prezentuje wyniki badania przeprowadzonego w grudniu 2013 roku na ogólnopolskiej próbie liczącej N=1020 Polaków, dobranej z panelu Ariadna metodą CAWI. Kwoty dobrane wg reprezentacji w populacji Polaków wieku 15 lat i więcej dla płci, wieku, wykształcenia i wielkości miejscowości zamieszkania.

# Czym jest Ariadna

- 🏠 **Ariadna to ogólnopolski panel badawczy, w którym zarejestrowało się dotychczas ponad 80 000 polskich konsumentów w wieku 15-65 lat.** Każdy uczestnik panelu podlega weryfikacji i ma zagwarantowaną pełną anonimowość i poufność swoich danych osobowych.
- 🏠 Ariadna nie jest firmą badawczą. Specjalizuje się w realizacji i raportowaniu badań. Firmy badawcze to klienci i partnerzy Ariadny. **Współpracujemy.**
- 🏠 **W badaniach Ariadny biorą udział rzeczywiste osoby o ustalonej tożsamości.** Ariadna wyklucza prowadzenie badań z zastosowaniem przypadkowych metod doboru, gdzie badani są zbierani z doraźnych łapanek za pomocą pop-upów wyświetlanych w internecie przypadkowym osobom albo za pomocą masowych mailingów lub sond internetowych. **Ariadna zapewnia realizację wyłącznie badań rzetelnych i wiarygodnych.**
- 🏠 Na panelu Ariadna można realizować niemal dowolny rodzaj badań opinii i rynku. Są one przy tym dużo szybsze i znacznie mniej kosztowne w realizacji niż rozwiązania tradycyjne typu PAPI, CAPI albo CATI. Panel pozwala zaspokoić oczekiwania klientów, którym zależy na czasie. **Przysyłasz szkic ankiety i odbierasz rzetelnie zebrane dane w opisanej bazie SPSS.**

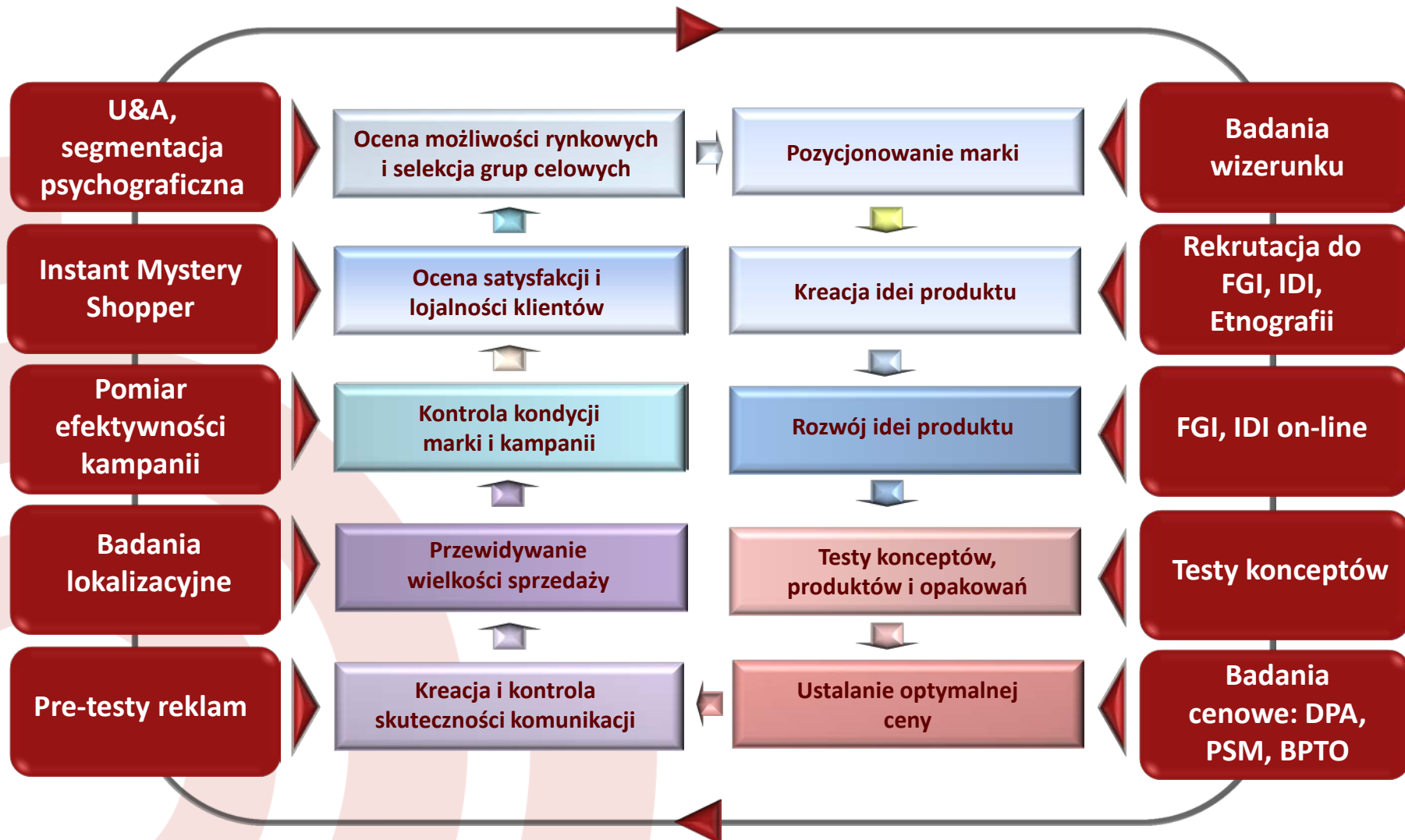
# Jak to działa

- 🏠 Każdy kto zarejestruje się w panelu Ariadna po przejściu procesu weryfikacji otrzymuje na podany przez siebie adres e-mail **zaszyfrowane i spersonalizowane** zaproszenia do badań w autorskim systemie ankietowym Ariadny.
- 🏠 W zamian za udział w badaniach opinii i rynku **zweryfikowani uczestnicy panelu otrzymują wynagrodzenie** w postaci punktów, których ilość jest adekwatna do trudności i czasu trwania ankiety. Zgromadzone punkty wymieniają na atrakcyjne nagrody rzeczowe w sklepie panelu. Wybrane nagrody są dostarczane badanym za pośrednictwem poczty lub usług kurierskich.
- 🏠 Dzięki zastosowanym procedurom **zebrane dane są wiarygodne i rzetelne oraz dają gwarancję, że w badaniu biorą udział rzeczywiste osoby o ustalonej tożsamości**. To właśnie odróżnia badania na panelu od sond internetowych i rzekomych „sondaży” realizowanych z przypadkowymi osobami.
- 🏠 Każdy uczestnik ma gwarancję otrzymania nagród rzeczowych w sklepie panelu. **Nasze zobowiązania zawsze mają pokrycie**.
- 🏠 Zastosowane zabezpieczenia i procedury całkowicie wykluczają aktywność botów lub jakichkolwiek innych wirtualnych badanych.
- 🏠 System ankietowy to własność Ariadny i jest **stale rozwijany i elastycznie dostosowywany** do bieżących wymagań realizowanych projektów badawczych.



# Kiedy sprawdza się

- 🏠 Na panelu Ariadna są realizowane niemal dowolne rodzaje badań opinii i rynku. Szybciej, taniej, nowocześniej niż PAPI, CAPI albo CATI.

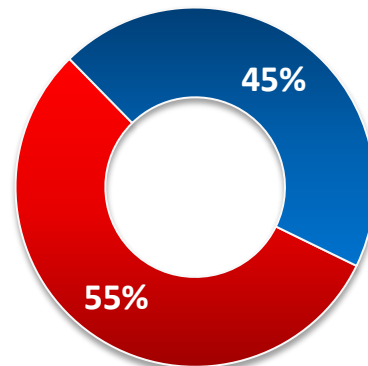


# Kim są uczestnicy panelu

🏠 Rekrutacja do panelu Ariadna prowadzona jest w sposób ciągły. Profil społeczno-demograficzny osób zarejestrowanych w panelu Ariadna pokrywa się z profilem polskich internautów w wieku 15-65 lat.

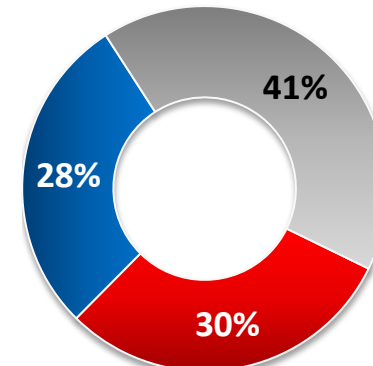
## Płeć

- Mężczyzna
- Kobieta



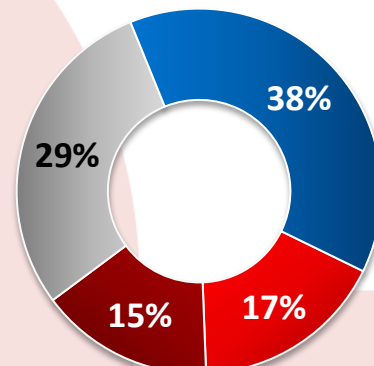
## Wiek

- 15-24 lata
- 25-34 lata
- 35+



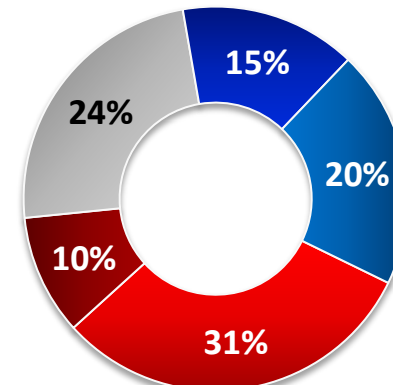
## Wykształcenie

- podstawowe
- zawodowe
- średnie
- wyższe



## Wielkość miejscowości

- wieś
- małe miasto (do 20 tys. mieszkańców)
- średnie miasto (od 20 do 99 tys. mieszkańców)
- duże miasto (od 100 do 500 tys. mieszkańców)
- wielkie miasto (powyżej 500 tys. mieszkańców)



# Pierwsze z pytań **ICC/ESOMAR**

**„Jakie doświadczenie posiada Państwa firma w prowadzeniu badań metodą on-line?”**

🏠 Ogólnopolski Panel Badawczy Ariadna zajmuje się badaniami on-line polskiego rynku od początku 2009 roku. Rocznie na panelu jest realizowanych ponad 200 tys. efektywnych wywiadów.

A large red circle containing white text. The text reads 'ponad 200 000 efektywnych wywiadów rocznie'. The number '200 000' is significantly larger than the other text.

ponad  
**200 000**  
efektywnych  
wywiadów rocznie

# Czy można zaufać

- 🏠 Ariadnie zaufali nie tylko mediomcy i marketerzy ale również naukowcy. Realizujemy nie tylko badania konsumenckie ale także badania eksperymentalne i sondaże z zachowaniem wszelkich rygorów niezbędnych dla pracy naukowej.
- 🏠 Na panelu **regularnie są prowadzone badania dla ośrodków naukowych** takich jak: Wydział Psychologii Uniwersytetu Warszawskiego, Instytut Studiów Społecznych, Instytut Psychologii Polskiej Akademii Nauk, Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej, Instytut Psychologii Uniwersytetu Gdańskiego, Instytut Psychologii Uniwersytetu Jagiellońskiego, Centrum Badań Uprzedzeń, Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II, Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego, Ośrodek Przetwarzania Informacji – Instytut Badawczy, Instytut Psychologii UMCS .



UNIWERSYTET  
JAGIELLOŃSKI  
W KRAKOWIE



POLSKA AKADEMIA NAUK



Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej



OŚRODEK PRZETWARZANIA INFORMACJI



**Jeśli chcesz wiedzieć więcej:**

dr Tomasz Baran  
tomasz.baran@panelariadna.pl  
mobile: 729 018 018