**Badanie Upfield:**

**w czasie izolacji Polacy jedli bardziej roślinnie**

**Dieta roślinna zaczęła szturmem zdobywać coraz większą popularność, zarówno na świecie, jak i w Polsce, a trend ten wciąż rośnie. Motywacją do wprowadzenia zmian w codziennym jadłospisie dla wielu stały się kwestie zdrowotne, etyczne czy środowiskowe. Rosnącą popularność diety roślinnej potwierdzają wyniki badania przeprowadzonego przez firmę Upfield na temat nawyków żywieniowych Polaków w czasie izolacji społecznej podczas epidemii koronawirusa. Polacy kupowali w tym czasie więcej niż zwykle produktów pochodzenia roślinnego, starali się jeść zdrowiej, a także dokonywali bardziej świadomych wyborów żywieniowych.**

**Roślinne zamienniki produktów**

W trakcie izolacji społecznej dużym zainteresowaniem Polaków cieszyły się warzywa, owoce, a także zamienniki produktów zwierzęcych. Czas spędzony w domu okazał się bowiem dla wielu doskonałą okazją do wypróbowania bardziej roślinnego jedzenia. Potwierdzają to wyniki badania firmy Upfield - prawie 1/3 badanych (31,6%) przyznała, że podczas izolacji społecznej kupowała więcej niż zwykle produktów pochodzenia roślinnego. Były to m.in. alternatywy/zamienniki dla mięsa (32,9%), napoje roślinne (28,5%), bezmleczny ser (24,8%) oraz roślinne margaryny zamiast zwierzęcego masła (17,7%).

„Zamiana produktów odzwierzęcych na roślinne jest bardzo dobrym kierunkiem, jeśli chcemy dbać o nasze zdrowie. Roślinne zamienniki produktów mlecznych nie zawierają cholesterolu, mają niższą zawartość nasyconych kwasów tłuszczowych, a wyższą korzystnych, niezbędnych dla naszego organizmu, jedno i wielonienasyconych. Ich spożywanie wpływa na obniżenie ryzyka rozwoju chorób sercowo-naczyniowych. Mowa tu zarówno o napojach roślinnych, jak i smarowidłach roślinnych” – mówi Joanna Lotkowska, dietetyk związana z ProVeg Polska.

**Jadamy zdrowiej**

Jedząc więcej warzyw, owoców, gotując od podstaw – m.in. w ten sposób badani dążyli do tego, by w czasie izolacji społecznej jadać zdrowiej. 24,5% badanych zadeklarowało, że w tym okresie jadało mniej mięsa.

Dietetyk Joanna Lotkowska uważa, że te zmiany to m.in. skutek spędzania większej ilości czasu niż zwykle w domu: „Pracowaliśmy w domach, ale również oszczędzaliśmy czas związany z przemieszczaniem się do pracy czy odwożeniem dzieci do szkoły. Mieliśmy więc większą sposobność do tego, by gotować w domu, więcej czasu na to, by zastanowić się, co ląduje na naszych talerzach. To, że mieliśmy ograniczony dostęp do usług gastronomicznych, również mogło mieć znaczący wpływ na częstsze gotowanie w domu, ale także zdrowsze jedzenie. A koncentracja na zdrowszym odżywianiu prowadzi nas w kierunku włączania do diety większej ilości produktów roślinnych”.

**Nowe nawyki**

Jak wskazuje badanie zlecone przez firmę Upfield, czas izolacji wpłynął także pozytywnie na zmianę percepcji w zakresie żywienia wśród Polaków. 46,1% ankietowanych zgodziło się ze stwierdzeniem, że izolacja społeczna sprawiła, iż bardziej świadomie podchodzi do tego, co je. Niemal 1/4 respondentów (23,6%) przyznała, że po czasie izolacji podejmuje lepsze wybory żywieniowe, np. wybierając produkty zdrowsze i korzystniejsze dla naszej planety.

„Sytuacja, w jakiej postawiła nas epidemia, czyli wymuszenie przygotowywania posiłków w domach, ale też możliwość zwolnienia tempa życia, pozwala zastanowić się głębiej nad tym, co i jak jemy. Możemy wykorzystać zdobyte podczas tego czasu doświadczenia i jeść bardziej roślinnie na stałe. Rynek umożliwia nam to w coraz większym stopniu - na naszych półkach pojawiają się nowe opcje roślinne, często będące zamiennikami produktów odzwierzęcych, które charakteryzuje wysoka jakość, dobry skład i smak” – dodaje Joanna Lotkowska.

**Co nam z tego zostanie?**

Okazuje się także, że wielu badanych ma zamiar dążyć do utrzymania pozytywnych zmian w swoim żywieniu. Co piąty badany Polak (19,3% respondentów) przyznał, że czuje, iż po czasie izolacji jego dieta jest bardziej zrównoważona dzięki nowym nawykom żywieniowym, np. świadomiej robi zakupy, wybiera produkty pochodzenia roślinnego. Wśród ankietowanych Polaków, którzy potwierdzili zmianę nawyków żywieniowych podczas izolacji, aż 55,3% potwierdza, że nadal je mniej mięsa, a prawie 70% kontynuuje sięganie po jego roślinne zamienniki.

**Polacy bardziej przychylni produktom roślinnym**

„Izolacja społeczna stała się doświadczeniem większości europejskich społeczeństw. Dlatego firma Upfield zapytała także mieszkańców Niemiec, Wielkiej Brytanii, Holandii i Hiszpanii o ich nawyki żywieniowe podczas izolacji w czasie epidemii koronawirusa ”, mówi Sebastian Tołwiński, Regionalny Dyrektor ds. PR w Upfield. „Budujące jest, że w grupie ankietowanych, którzy przyznali, że zmienili swoje nawyki żywieniowe, to Polacy najczęściej deklarowali, że jedli zdrowiej”. Wśród Brytyjczyków, którzy zmienili swoje nawyki żywieniowe, 29% uważa, że jadło zdrowiej, wśród mieszkańców Holandii – 27%. W Polsce ten odsetek wyniósł prawie 48%.

Ponad 35% ankietowanych Polaków przyznało, że w czasie izolacji jadło częściej warzywa niż wcześniej. To więcej niż w przypadku Brytyjczyków (30%) i mieszkańców Holandii (28%). Ponadto Polacy znacznie częściej niż Brytyjczycy deklarowali, że podczas izolacji społecznej kupowali więcej niż zwykle produktów pochodzenia roślinnego. Potwierdziło to 31% polskich respondentów, na Wyspach – 12% ankietowanych. Niemal 1/4 Polaków, którzy potwierdzili zmianę nawyków żywieniowych podczas izolacji społecznej, jadła mniej mięsa. Do jedzenia mniejszej ilości mięsa przyznało się 16% mieszkańców Holandii.

--------------------

Źródło danych:

„Nawyki żywieniowe Polaków w czasie izolacji społecznej podczas epidemii koronawirusa 2020.”

Badanie przeprowadzone na zlecenie firmy Upfield, przez MRW, czerwiec 2020, N=2000.

--------------------

Upfield w Polsce

Upfield to producent żywności pochodzenia roślinnego. W Polsce firma zatrudnia ponad 400 osób. Większość stanowią pracownicy fabryki Upfield w Katowicach, z której świeża Delma, Flora, Rama i Kasia oraz wiele innych produktów z naturalnych olejów roślinnych trafia do sklepów nie tylko w Polsce, ale i w całej Europie. Produkty Upfield są również wykorzystywane przez szefów kuchni w ponad 6000 polskich restauracjach i hotelach (dane za 2019 r.).

Roślinne produkty Upfield:

* nie zawierają częściowo utwardzonych olejów, które są źródłem szkodliwych tłuszczów „trans”,
* nie zawierają cholesterolu,
* mogą stanowić źródło nienasyconych kwasów tłuszczowych w diecie ze względu na swoje roślinne pochodzenie,
* są alternatywą dla masła z krowiego mleka, ponieważ mogą zawierać nawet do 80% mniej tłuszczów nasyconych (w zależności od produktu),
* bazują na olejach roślinnych, które są bogate w Omega 3 i Omega 6.

Upfield na świecie

Jako firma Upfield dążymy do tego, by oferując produkty roślinne o wyjątkowym smaku, tworzone z odpowiedzialnym podejściem do naszej planety, czynić ludzi zdrowszymi i szczęśliwszymi. Jako globalny roślinny producent oferujemy konsumentom na całym świecie asortyment ponad 100 doskonale znanych marek, takich jak m.in. Flora, Rama, Blue Band, Proactiv, Becel, I Can’t Believe It’s Not Butter, Country Crock and Violife. Nasze produkty sprzedajemy w ponad 95 krajach i posiadamy 17 zakładów produkcyjnych na całym świecie. Od 1871 roku tworzymy kategorię produktów do smarowania, korzystając z wieloletniego doświadczenia i wiedzy specjalistów do spraw żywienia. Koncentrujemy się na dostarczaniu zdrowych roślinnych produktów najwyższej jakości o świetnym smaku. W ten sposób realizujemy naszą misję tworzenia „lepszej przyszłości opartej na roślinach”. Więcej informacji: www.upfield.com.

---------------------------------------------------------------------------------

***Kontakt prasowy:***

Anna Trela

pr manager

anna.trela@yellowcups.pl

tel. +48 733 070 360