**Badanie Upfield:**

**Mieszkańcy województwa łódzkiego najchętniej zmieniali swoje nawyki żywieniowe w czasie izolacji społecznej**

**Mieszkańcy województwa łódzkiego, dolnośląskiego i mazowieckiego najczęściej zmieniali swoje nawyki żywieniowe w czasie izolacji społecznej podczas epidemii koronawirusa – wynika z badania przeprowadzonego na zlecenie firmy Upfield. Województwa łódzkie i mazowieckie, to także – obok województwa pomorskiego, regiony, gdzie respondenci okazali się największymi zwolennikami kuchni roślinnej, sięgając w czasie izolacji po roślinne produkty częściej niż przed jej rozpoczęciem. Wiemy także, kto najchętniej w tym czasie gotował w swoim domu – to mieszkańcy województwa podlaskiego, mazowieckiego i wielkopolskiego.**

Czas społecznego odosobnienia podczas Covid-19 zmienił nawyki żywieniowe Polaków – wynika z badania przeprowadzonego na zlecenie firmy Upfield pod koniec czerwca br. na reprezentatywnej grupie 2000 dorosłych Polaków. Analiza „Nawyków żywieniowych Polaków w czasie izolacji społecznej podczas epidemii koronawirusa 2020” pokazuje, że znacząca część rodaków jadła w tym czasie zdrowiej, chętnie sięgała po warzywa, a część rezygnowała z mięsa na rzecz produktów pochodzenia roślinnego. Chętniej gotowaliśmy i zasiadaliśmy do posiłków z bliskimi. Co ważne, wielu z nas deklaruje, że pozytywne zmiany pozostają na dobre w jadłospisach i stylu żywienia również po zakończeniu izolacji.

Jednak rezultaty badania w różnym stopniu dotyczyły poszczególnych województw. Które województwa znalazły się na czele w wynikach poszczególnych aspektów badania przeprowadzonego przez firmę Upfield, firmę znaną z takich marek, jak Flora, Flora ProActiv, Kasia, Delma i Rama?

**Zmieniamy dotychczasowe nawyki żywieniowe**

Zmianę nawyków żywieniowych w czasie izolacji społecznej zadeklarowało ponad 40% badanych Polaków. Przyglądając się podziałom na województwa – pionierami zmian okazali się mieszkańcy województwa: łódzkiego 47,7%, dolnośląskiego 45,7% oraz mazowieckiego 44,4%. Kolejne miejsca zajęły województwa: lubuskie 43,1%, śląskie 43% i podlaskie 42,1%.

**Sięgamy po roślinne produkty**

Upfield chciał także zbadać preferencje mieszkańców Polski dotyczące kuchni roślinnej. Okazało się, że kiedy Polacy pozostawali w domach, chętniej spożywali produkty pochodzenia roślinnego. Prawie 1/3 badanych (31,6%) przyznała, że podczas społecznego odosobnienia kupowała więcej niż zwykle produktów pochodzenia roślinnego.

Większe zainteresowanie produktami pochodzenia roślinnego w czasie izolacji zadeklarowało najwięcej respondentów z województwa łódzkiego 44,5%, pomorskiego 42% oraz mazowieckiego 35,5%. Kolejno znalazły się także województwa: zachodniopomorskie 35,2%, warmińsko-mazurskie 35,1% i podkarpackie 33%.

**Gotujemy w domu**

Okres, w którym byliśmy zmuszeni do pozostawania w domach, sprzyjał kulinarnym poczynaniom Polaków – wynika z badania zleconego przez Upfield. Aż 38,3% Polaków gotowało więcej od czasu rozpoczęcia izolacji społecznej.

Największymi fanami gotowania w domu okazali się reprezentanci województwa podlaskiego 49,1%, mazowieckiego 46,5% oraz wielkopolskiego 44%. Kolejne miejsca zajęły województwa łódzkie 43,8%, warmińsko-mazurskie 39,2% oraz lubelskie 39,1%.

Jak wskazuje dr hab. Małgorzata Drywień, prof. SGGW: „Biorąc pod uwagę powyższe wyniki, można uznać, że częstsze przyrządzanie posiłków w domu i większa regularność w ich spożyciu są pozytywnym efektem izolacji spowodowanej koronawirusem. Mogła ona sprzyjać wykorzystywaniu świeżych produktów oraz spożywaniu posiłków bezpośrednio po ich przygotowaniu. Należy przez to rozumieć, że charakteryzowały się one dobrą wartością odżywczą. Świadomość osób badanych, że jedli zdrowiej, również jest aspektem korzystnym. Jedzenie mniejszych ilości mięsa i jego zamiana na produkty roślinne z pewnością mogły sprzyjać ograniczeniu spożycia tłuszczu ukrytego, zwłaszcza zawierającego kwasy tłuszczowe nasycone”.

**Rodzinnie i z przyjaciółmi**

W czasie izolacji Polacy częściej zasiadali do stołu ze swoimi bliskimi. Prawie 70% respondentów jadało z nimi przynajmniej jeden posiłek dziennie. Przed czasem izolacji taka sytuacja miała miejsce w domach 54,4% respondentów. Ponadto 14% badanych doceniło w czasie izolacji wspólne gotowanie z bliskimi. „Jako społeczeństwo zawsze byliśmy bardzo rodzinni. Ciężkie chwile tylko wzmacniają w Polakach potrzebę bycia z najbliższymi” - powiedział Sebastian Tołwiński z Upfield.

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

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:***

Joanna Szałasz

Specjalista Public Relations

joanna@yellowcups.pl

tel.: +48 536 410 824

Sebastian Tołwiński

Regionalny Dyrektor ds. PR

sebastian.tolwinski@upfield.com

tel. +48 607 663 588

Upfield Polska Sp. z o.o.

Ul. Żwirki i Wigury 14

02-092 Warszawa