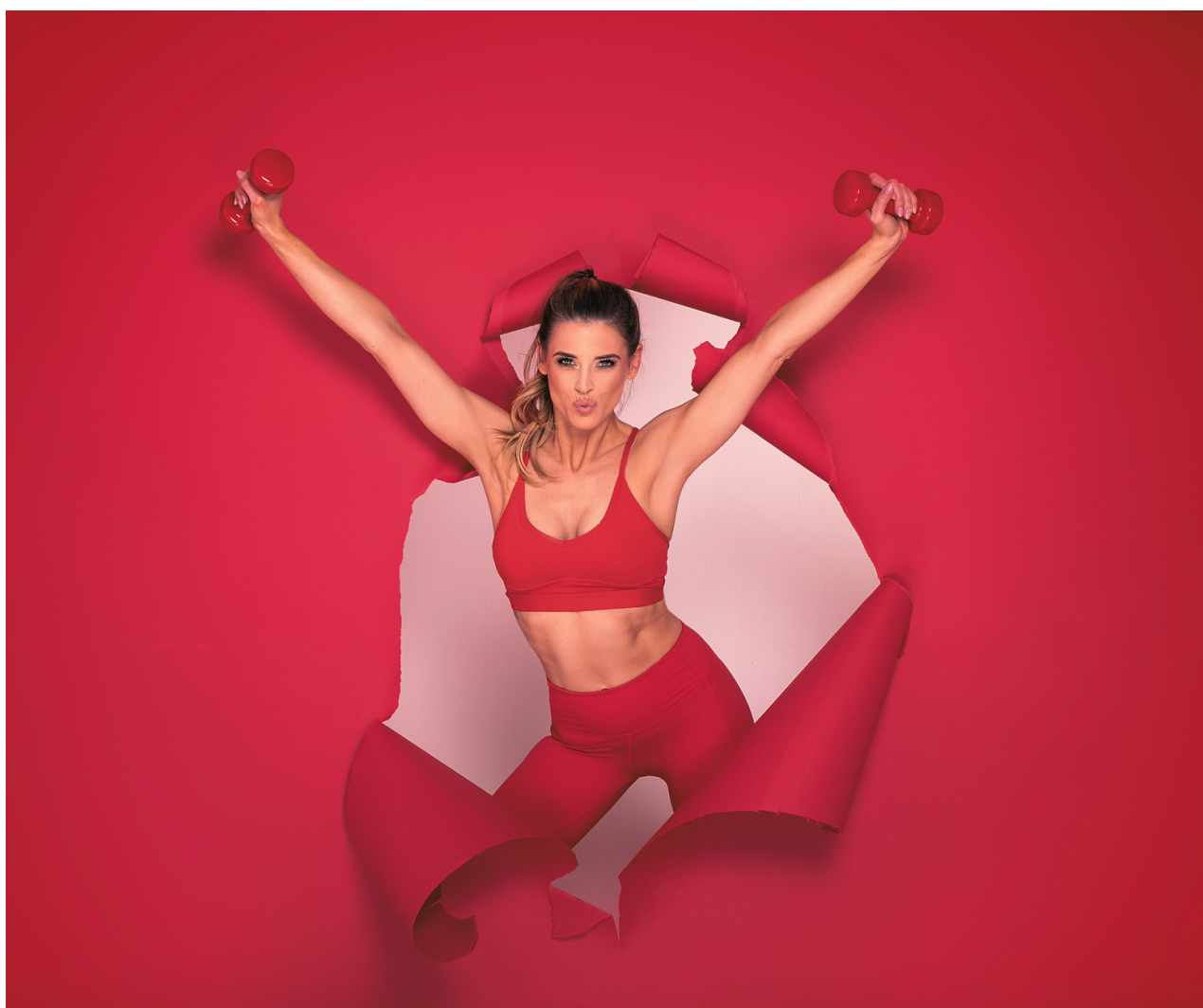


RAPORT OOH

Well-being po polsku.
Czy Polacy są aktywni poza domem?



2023

SŁOWO WSTĘPU

Well-being to pojęcie, które odnosi się do ogólnego stanu dobrostanu, zadowolenia i szczęścia jednostki. Jest to wielowymiarowy koncept, obejmujący wszelkie aspekty życia człowieka, które świadczą o jego samorealizacji.

Do osiągnięcia równowagi niezbędne są zarówno dobrostan fizyczny - stan zdrowia, kondycja, dbanie o ciało i zdrową dietę jak i psychiczne i społeczne uwarunkowania - emocje, umiejętność radzenia sobie ze stresem, jakość relacji społecznych czy poczucie przynależności.

Jak Polacy dbają o swój komfort i zdrowie, co robią oraz gdzie spędzają czas, aby dojść do poczucia wewnętrznego spokoju, dowiesz się z raportu, który przygotowałam.



BEATA ORŁOWSKA
Marketing Analysis Manager AMS

SPIS TREŚCI

- 4 Czy Polacy dbają o zdrowie?
- 11 Co robią w wolnym czasie poza domem?
- 17 Aktywność fizyczna Polaków



Czy Polacy dbają o zdrowie?

Kluczowe elementy zdrowego stylu życia według opinii Polaków

22% aktywność fizyczna

19% zdrowy sen

19% zdrowa dieta

15% zdrowie psychiczne

9% regeneracja i wypoczynek

8% odporność na stress

8% profilaktyka zdrowia

Polacy chcą żyć zdrowiej, ale mają problemy z wdrażaniem i utrzymaniem zdrowych nawyków.

39%

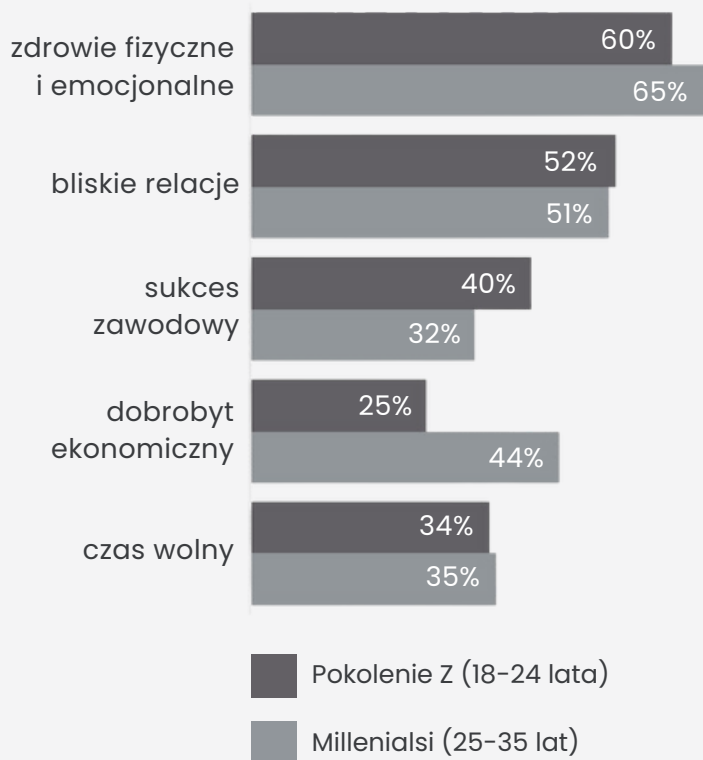
Polaków deklaruje, że chce zdrowiej żyć.

Największą motywacją do wprowadzania zmian w stylu życia jest: chęć zdrowego życia (21%), partner/ka, rodzina, przyjaciele (19%), chęć polepszenia warunków życia (18%)



Źródło: Prezentmarzeń „Styl życia Polaków”, 03-2023

Ważne aspekty w życiu z perspektywy różnych pokoleń



Młodzi Polacy cenią najbardziej zdrowie, bliskie relacje i rozwój osobisty.

60% młodych Polaków w wieku 18-24 lata jako ważny aspekt życia wymienia zdrowie fizyczne i emocjonalne.

Ponad połowa docenia wartość bliskich relacji między ludźmi.

50% młodych Polaków rozmawia z przyjaciółmi na temat zdrowia fizycznego i emocjonalnego.



Źródło: Merck „Zrównoważony rozwój albo nic. Wymarzona przyszłość Europejczyków z pokoleń Y i Z”, 06-2022

Co piąty Polak odczuwa lęk przed własnymi chorobami, a co trzeci – u członków rodziny.

Choć Polakom towarzyszy wiele lęków związanych z pojawieniem się różnego rodzaju chorób u członków ich rodziny (aż 36% ankietowanych jest wręcz przewrażliwionych na tym punkcie) bądź u nich samych (19%), to nadal badania profilaktyczne nie należą do regularnych czynności.

40%

Polaków potwierdza, że po pandemii zaczęło bardziej dbać o swoje zdrowie.



Źródło: e-recepta.net "Nawyki zdrowotne Polaków – RAPORT 2023", 05-2023; IQS "Ogólnie występowanie określonych poglądów i zachowań w kontekście dbania o zdrowie oraz badań profilaktycznych", 06-2023

Polacy są rekordzistami w wydatkach na leki bez recepty.

Polska jest jedynym krajem unijnym, w którym wartość rynku OTC jest wyższa od wartości rynku leków na receptę.

Poza apteką Polacy kupują leki najczęściej w supermarketach (80%) i na stacjach benzynowych (27%).

59% Polaków deklaruje, że w ostatnim roku sięgali po suplementy diety - codzienne spożycie deklaruje 23% osób.

Polacy lubią sami się leczyć zamiast iść do lekarza.

Aż 72% Polaków boi się choroby swojej lub bliskich, ale niespełna połowa (46%) decyduje się na kontrolną diagnostykę z własnej potrzeby dbania o zdrowie, a nie tylko ze względu na polecenie lekarza.



Źródło: Stowarzyszenie Leków Tylko z Apteki / Fundacja Watch Healthcare „Pozaapteczny obrót lekami OTC”, 04-2023; medonet "Narodowy test zdrowia Polaków 2023", 05-2023; IQS "Ogólnie występowanie określonych poglądów i zachowań w kontekście dbania o zdrowie oraz badań profilaktycznych", 06-2023

Warto zapamiętać

- 40% Polaków potwierdza, że po pandemii zaczęło bardziej dbać o swoje zdrowie.
- Jednak zamiast iść do lekarza Polacy lubią sami się leczyć – są rekordzistami w wydatkach na leki bez recepty.
- 80% Polaków potwierdza, że zdrowe odżywianie jest dla nich ważne – wiedzą, na czym polega zdrowa dieta i chcą ją stosować na co dzień.
- Mimo, że Polacy są rekordzistami w wydatkach na leki bez recepty, równocześnie aż 61% chce być bardziej aktywna fizycznie.
- 60% młodych Polaków w wieku 18-35 lat jako ważny aspekt życia wymienia zdrowie fizyczne i emocjonalne.



Polacy w czasie wolnym poza domem

Polacy chwytają się każdej wolnej chwili, by wyjść z domu.

Jednodniówki, city breaki, a nawet kilkugodzinne aktywności tuż po pracy – Polacy w chwili wolnej wychodzą z domu i spędzają czas aktywnie.

Dziś nie tylko liczą się długie urlopy, wakacje i rodzinne wyjazdy. Przeciwnie, to właśnie krótkie, a częste odcinanie się od codzienności znacząco poprawia funkcjonowania wśród rutyny dnia.

Coraz częściej dziś spędza się wolny czas w sposób aktywny i poza domem.

Wyjście do restauracji, sport czy chociażby spacer – to już

standard wśród wolnych od pracy godzin i to niezależnie od dnia tygodnia!

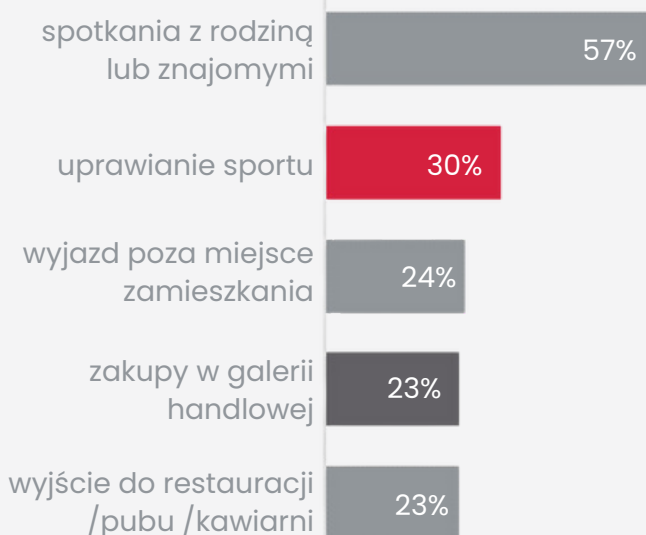
57% Polaków w czasie wolnym umawia się na spotkania ze znajomymi

lub rodziną.

Jedna czwarta lubi wypadki poza miejsca zamieszkania, a 23% rodaków idzie na zakupy do galerii handlowej albo wychodzi do restauracji, czy pubu.

Trzech na dziesięciu Polaków preferuje w czasie wolnym aktywności sportowe.

Najczęstszy sposób Polaków na spędzanie czasu wolnego poza domem



Źródło: noclegi.pl „Jak Polacy spędzają czas wolny?”, 01-2023; PAYBACK „Jak Polacy spędzają czas wolny”, 07-2022

Po pandemii Polacy chcą żyć aktywniej i ciekawiej - są bardziej zdeterminowani, aby zadbać o jakość czasu wolnego.

Chcą aktywnie wypoczywać i szukają inspiracji na interesujące spędzanie czasu wolnego.

Za najbardziej prozdrowotne formy aktywności Polacy uważają jazdę na rowerze (22%),

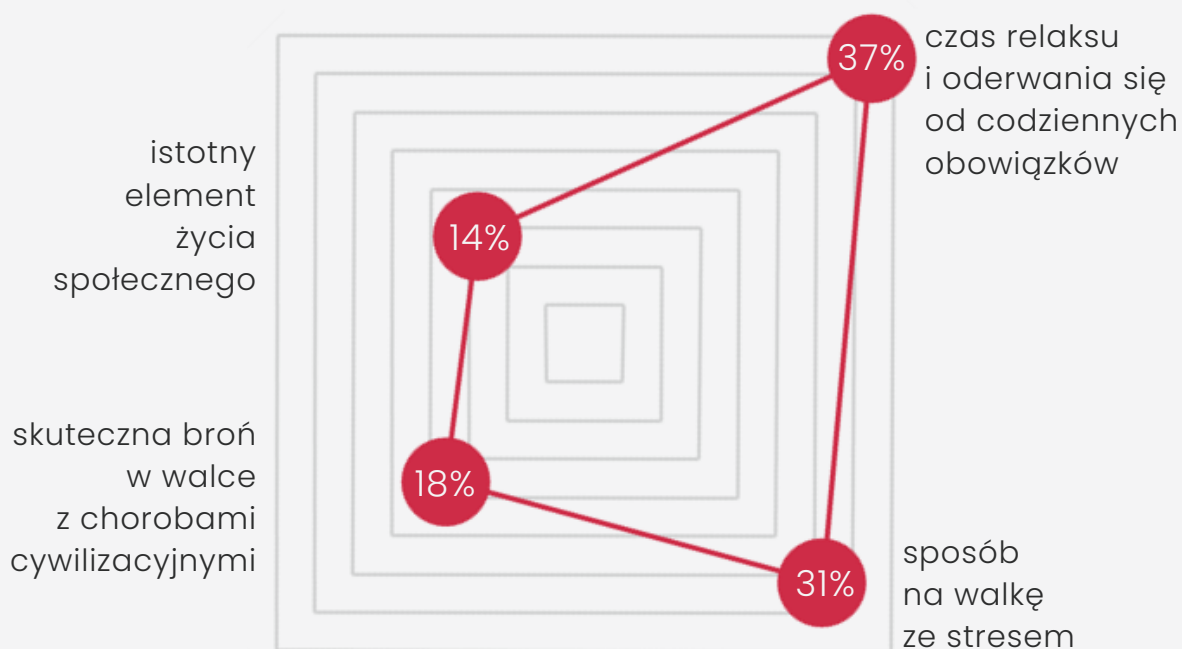
fitness (17%) oraz bieganie (13%).

Na kolejnych miejscach znalazły się spacer, joga i treningi na siłowni pod opieką instruktora.

Dysponując czasem wolnym, najchętniej wykorzystamy go na miejskie rozrywki - 23% odpowiedzi, uprawianie sportu - 21% odpowiedzi oraz na rozwijanie pasji i zainteresowań - 14% odpowiedzi.



Rola aktywności fizycznej według Polaków



Źródło: Prezentmarzeń „Potrzeby i oczekiwania Polaków w obszarze aktywności fizycznej i rozrywki”, 04-2022

40%

Polaków jeździ
rowerem przez cały
rok.

Blisko 80% osób użytkuje rower lub hulajnogę w sezonie wiosenno-letnim.

40% deklaruje korzystanie z nich nie tylko w celach rekreacyjnych, ale także

podczas codziennych dojazdów do pracy czy sklepu.

Polacy, wzorem Holendrów, Duńczyków czy Niemców, również pokochali jednoślady. Ponad 60% polskich gospodarstw domowych posiada własny rower.

Rower zdecydowanie jest najchętniej wybieranym,

alternatywnym do samochodu, środkiem transportu.

W przeciętnym sezonie wiosenno-letnim z roweru korzysta niemal 8/10 Polaków, z czego 62% codziennie lub co najmniej kilka razy w tygodniu.

Rano w Warszawie jest 31% więcej rowerzystów niż przed pandemią.



Źródło: Nationale-Nederlanden "Polacy nie chcą przepłacać za paliwo. Blisko 60 proc. coraz częściej wybiera rowery", 05-2022

Warto zapamiętać

- Polacy chwytają się każdej wolnej chwili, by wyjść z domu.
- Trzech na dziesięciu preferuje w czasie wolnym aktywności sportowe.
- Po pandemii Polacy chcą żyć aktywniej i ciekawiej – są bardziej zdeterminowani, aby zadbać o jakość czasu wolnego.
- Za najbardziej prozdrowotne formy aktywności Polacy uważają jazdę na rowerze (22%), fitness (17%) oraz bieganie (13%).
- 40% Polaków jeździ rowerem przez cały rok.
- Rano w Warszawie jest 31% więcej rowerzystów niż przed pandemią.
- W przeciętnym sezonie wiosenno-letnim z roweru korzysta niemal 8/10 Polaków, z czego 62% codziennie lub co najmniej kilka razy w tygodniu.
- Dla 31% Polaków uprawianie sportu to ich hobby.



Aktywność fizyczna Polaków

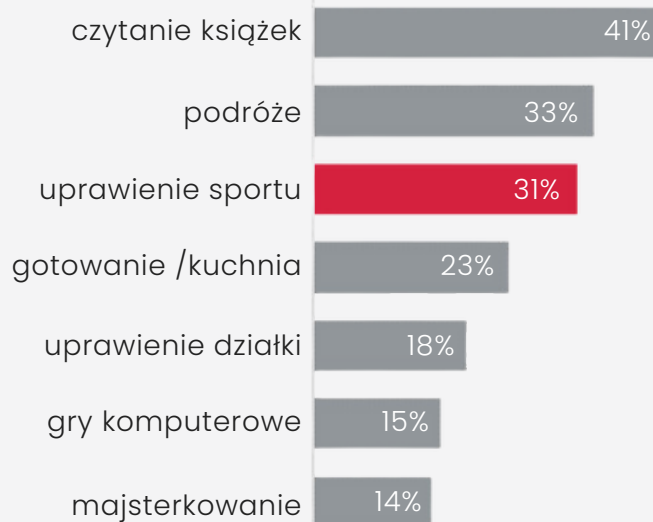
Aż 87% Polek i Polaków potwierdziła, że posiada hobby.

31%

jako hobby wskazało uprawianie sportu.

77% Polaków przyznało, że pasja pozwala im na zachowanie tak zwanego work-life balance.

Hobby uprawiane po pracy



Źródło: Pracuj.pl „Polacy w nowym środowisku pracy”, 04-2022

64%

dorostych Polaków
jest aktywnych
fizycznie.

Ćwiczą przede
wszystkim:

- > ludzie młodzi w wieku 18-29 lat
- > osoby z wyższym wykształceniem
- > zarabiający co najmniej 5 tys. złotych
- > uczniowie, studenci i osoby pracujące

Aktywni fizycznie Polacy

uczniowie, studenci	94%
osoby z wyższym wykształceniem	91%
osoby w wieku 18-24 lata	88%
osoby w wieku 25-29 lat	84%
mieszkańcy miast pow. 200 tys.	78%
zarabiający 5000 zł i więcej	75%
pracujący	73%



Źródło: Benefit Systems "MultiSport Index 2023", 05-2023

Najczęstszym motywem podejmowania aktywności fizycznej przez Polaków jest przyjemność i rozrywka płynąca z uprawiania sportu.

Nie bez znaczenia jest również utrzymanie kondycji fizycznej oraz zachowanie właściwej sylwetki, na czym nieco mocniej zależy kobietom.

Osoby, które regularnie angażują się w wysiłek fizyczny, zauważają lepszy nastrój, wyższy poziom energii i bardziej pozytywne nastawienie do otaczającej ich rzeczywistości.

Najczęstsze motywacje do podejmowania aktywności fizycznej



Źródło: GUS „Uczestnictwo w sporcie i rekreacji ruchowej w 2021 r.”, 05-2022; Multisport Index 2023

Wzrasta liczba chętnych do ćwiczeń na siłowni.

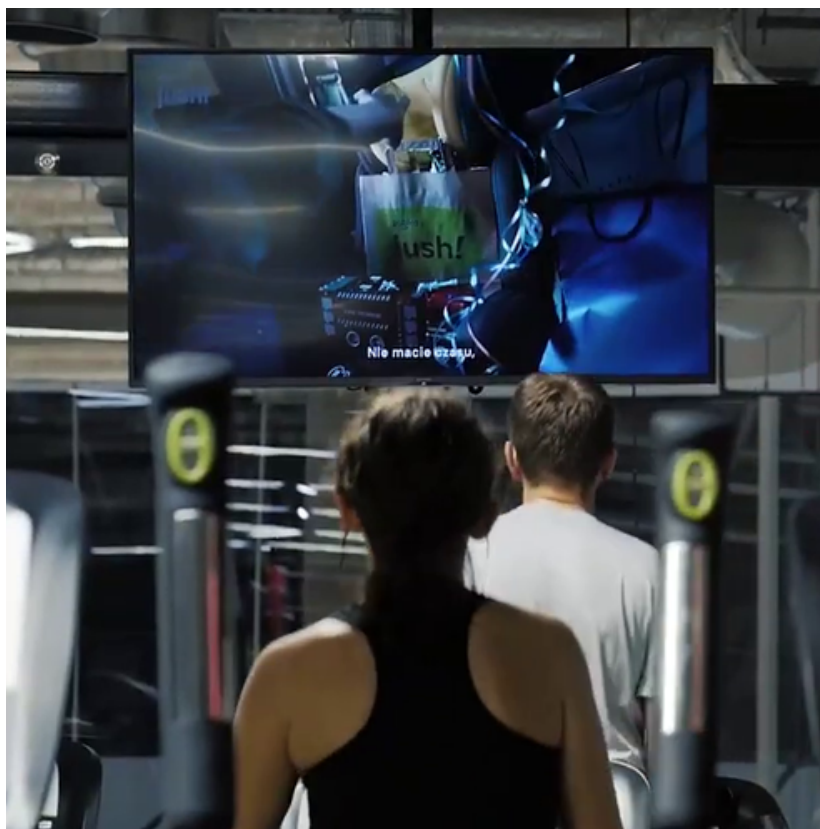
Siłownia / zajęcia fitness to najczęściej uprawiane aktywności fizyczne.

31%

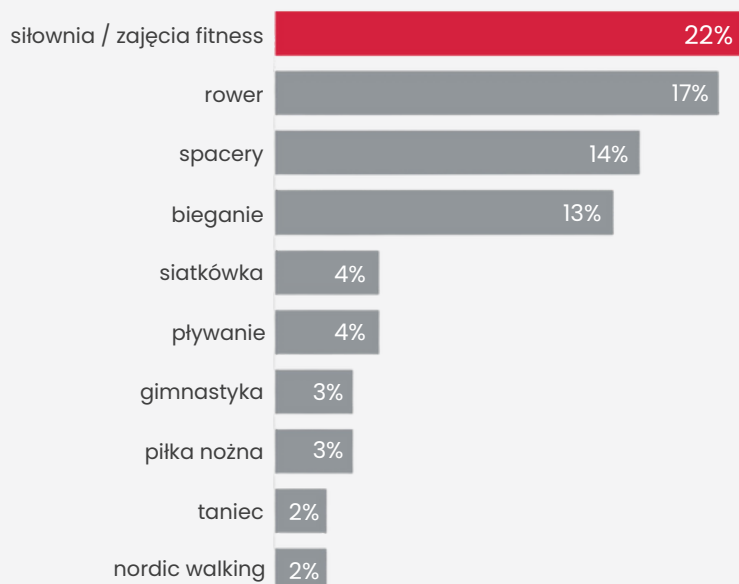
aktywnych fizycznie osób korzysta z klubów fitness.

To aż 55% wzrost do poprzedniego roku i najwyższy wzrost popularności spośród wszystkich aktywności fizycznych.

Już w 2022 roku nastąpił silny 41% wzrost liczby użytkowników posiadających kartę MultiSport, przekraczając liczbę z 2019 roku.



Najczęściej uprawiana aktywność fizyczna



Źródło: Benefit Systems "MultiSport Index 2023", 05-2023; 300gospodarka.pl "Polacy wracają do siłowni. Pandemia i inflacja nie dobiły branży fitness", 01-2023

Do rozwoju sektora klubów fitness znacząco przyczynia się pokolenie Millenialsów, które w większym stopniu niż starsze osoby postrzegają zdrowie jako nieustanne zaangażowanie w ćwiczenia i prawidłowe odżywianie.

80%

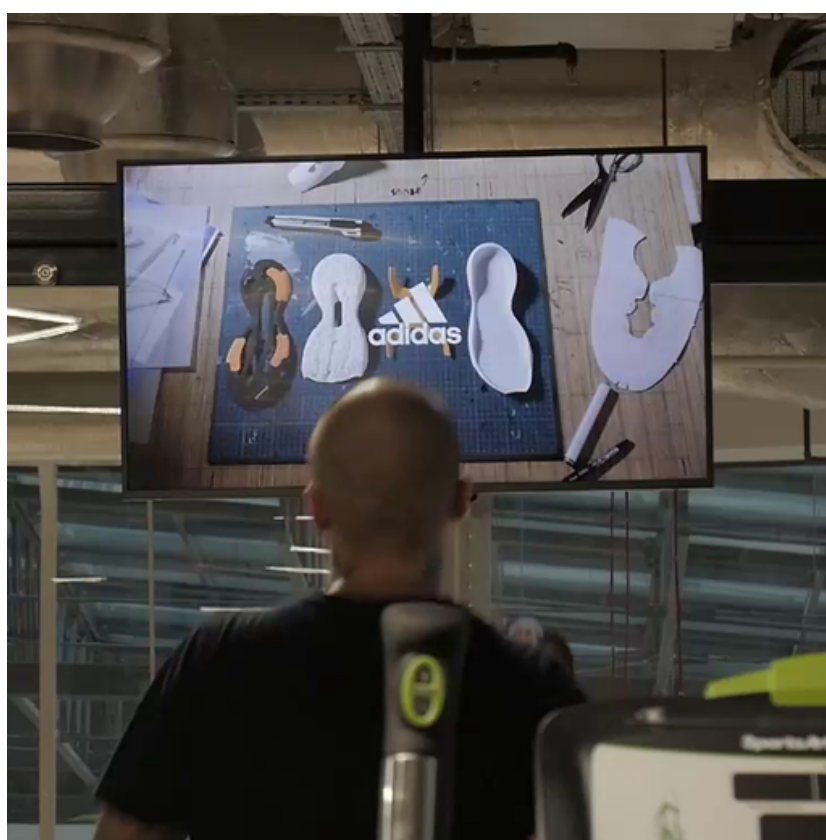
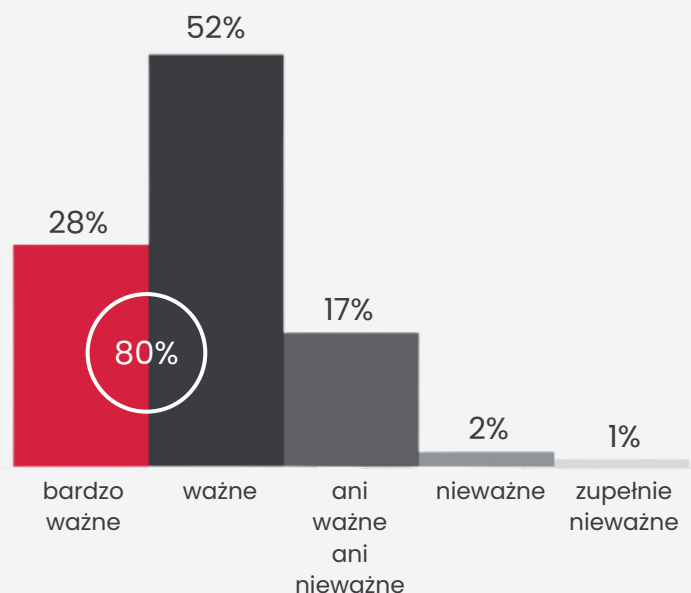
Polaków potwierdza, że zdrowe odżywianie jest dla nich ważne.

Główną motywacją w tym kontekście jest zachowanie zdrowia (54%), ale również dobrego samopoczucia (19%).

85%

osób, dla których zdrowe odżywianie jest ważne, to osoby z wyższym wykształceniem.

Czy zdrowe odżywianie jest ważne?



Źródło: JCDecaux "New Year, New You: the benefits of OOH for promoting health and fitness brands", 01-2020

Aż 77% Polaków podejmuje postanowienia noworoczne, które najczęściej dotyczą większej dbałości o zdrowie.

81%

z nich, to osoby z Pokolenia Z w wieku 18-24 lata, które są grupą najbardziej zdeterminowaną na zmiany.

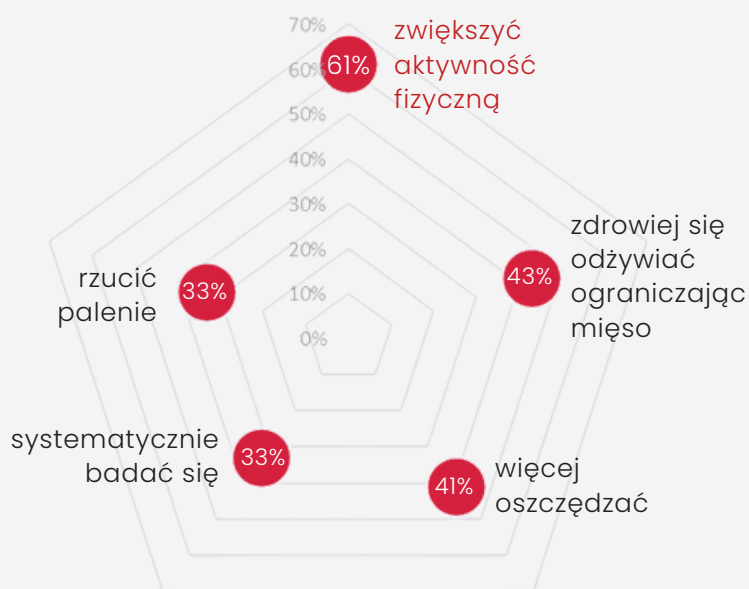
Polacy przede wszystkim chcą:

- > być bardziej aktywni fizycznie (61%)
- > zdrowiej się odżywiać ograniczając mięso (43%)
- > więcej oszczędzać (41%)
- > systematycznie badać się (33%)
- > rzucić palenie (33%).

Motywacją do postanowień są przede wszystkim lepsze samopoczucie (59%) oraz poczucie bycia zdrowym (38%).



Postanowienia noworoczne Polaków



Źródło: Insight Lab / Pyszne.pl dla akcji „Veganuary”, 01-2023

Reklama na siłowni to dotarcie do premium targetu z wyjątkowo długim czasem kontaktu.

Dociera do osób, które dzięki ćwiczeniom mają pozytywne nastawienie – to idealny moment na nawiązanie kontaktu z marką, zwłaszcza, że średni czas przebywania na siłowni wynosi aż 60 minut.

79%
chętniej kupuje produkty, które widzi w reklamach na siłowni.

64% osób zainteresowało się zakupem produktu reklamowanego na ekranach w klubach fitness..



Video OOH na siłowniach to idealna okazja na reklamę dla zamożnych, trudno dostępnych bywalców siłowni, którzy zazwyczaj nie są konsumentami tradycyjnej reklamy telewizyjnej.

Źródło: Priority Outdoor "Gym Advertising. Why advertise in gyms"

95%

osób korzystających z fitness klubów przychodzi tam co najmniej raz w tygodniu, a 77% co najmniej 2 razy.

To idealne miejsce na komunikację dla marek premium, sportowych i prozdrowotnych.

Fitness kluby skupiają osoby dbające o zdrowie i najbardziej zdeterminowane do posiadania dobrej kondycji fizycznej.



Źródło: SW Research, 11-2022; signs.pl "Jak kluby fitness mogą wznieść customer experience na wyższy poziom?", 11-2023

Warto zapamiętać

- 64% dorosłych Polaków jest aktywnych fizycznie.
- Ćwiczą przede wszystkim ludzie młodzi, osoby zamożne, z wyższym wykształceniem,
- Wzrasta liczba chętnych do ćwiczeń na siłowni.
- Siłownia / zajęcia fitness to najczęściej uprawiane aktywności fizyczne.
- 31% aktywnych fizycznie osób korzysta z klubów fitness.
- 95% osób korzystających z fitness klubów przychodzi tam co najmniej raz w tygodniu, a 77% co najmniej 2 razy.
- 79% chętniej kupuje produkty, które widzi w reklamach na siłowni.
- Dzisiejsi konsumenci stają się coraz bardziej racjonalni i poświęcają znaczne inwestycje w swój styl życia, dlatego marki prozdrowotne mogą wyróżnić się dzięki wykorzystaniu OOH do przekazu we właściwym miejscu i czasie.



Skontaktuj się z nami. Bądź SMART i wybierz OOH!

Więcej informacji na temat danych:



Beata Orłowska

Marketing Analysis Manager

b.orlowska@ams.com.pl



(+48 22) 555 64 00



oferta@ams.com.pl



ul. Czerska 8/10; 00-732 Warszawa

Bądź częścią naszej przygody:

