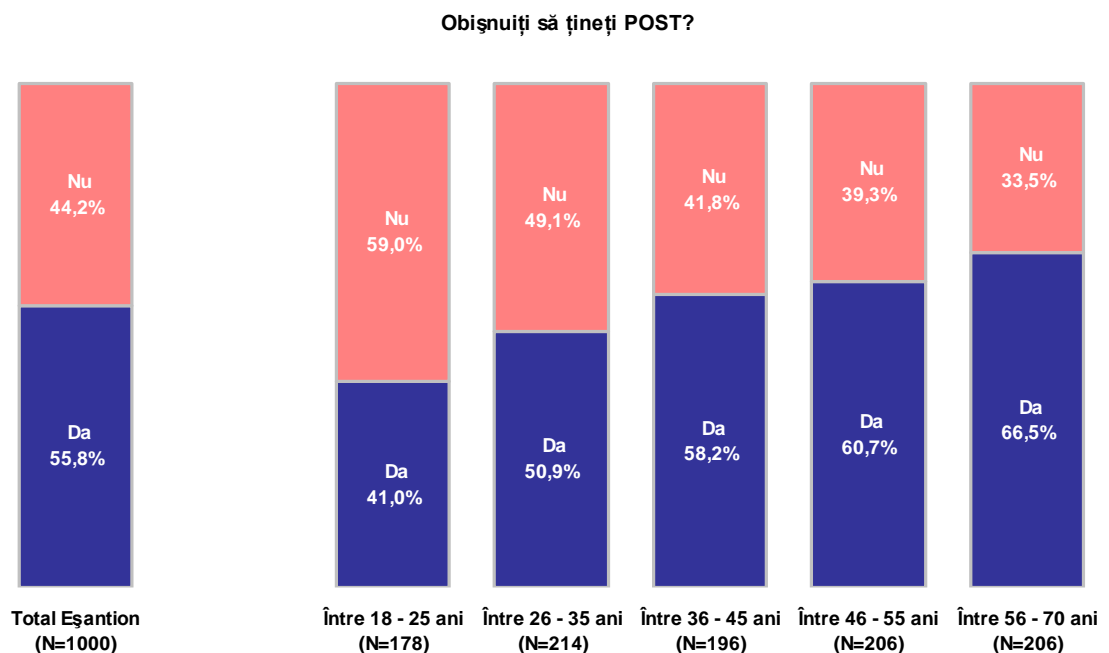


Comunicat de presă
București, 19 martie 2012

MAI MULT DE 50% DINTRE ORĂȘENI OBIȘNUIESC SĂ ȚINĂ POST

Cel mai recent studiu MEDNET Marketing Research Center arată faptul că peste jumătate dintre orășeni **obișnuiesc să țină post (55,8%)**.

Așa cum era de așteptat, datele studiului relevă faptul că **procentul celor care postesc crește odată cu vârsta respondenților**. Astfel, dacă numai 41,0% dintre cei cu vârsta cuprinsă în intervalul 18 – 25 ani intră în categoria celor care postesc, atunci când ne referim la cei care au peste 56 ani, procentul crește cu peste 25%.

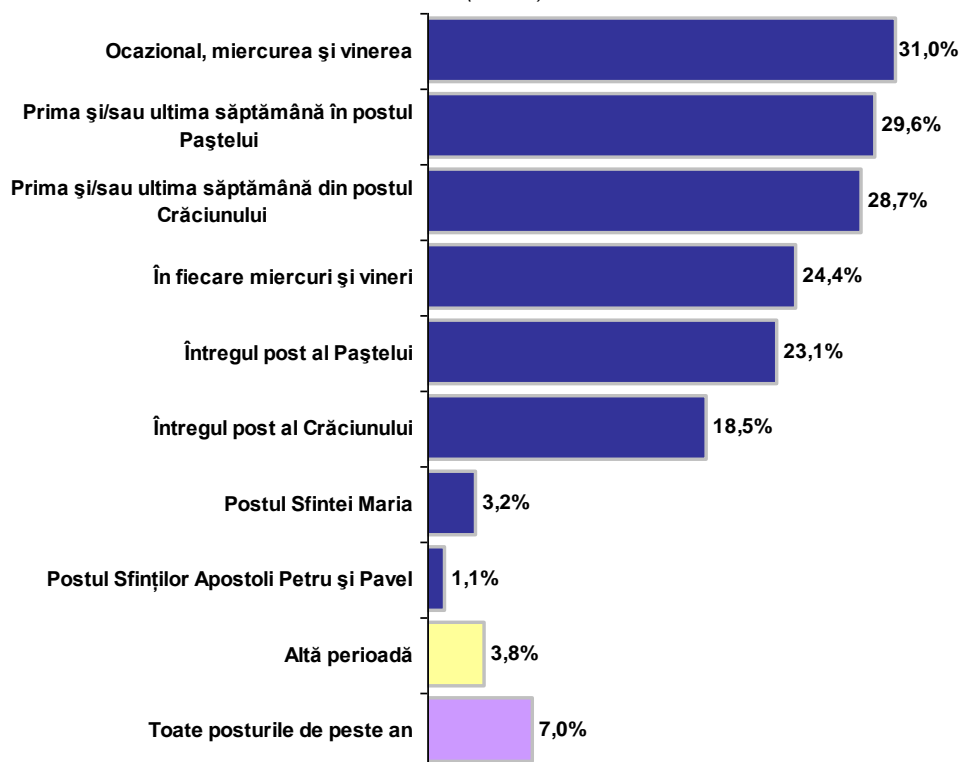


Cu toate acestea, **puțini sunt cei care țin toate posturile de peste an (7,0%)**.

Ca tendință, perioadele în care se ține post cel mai des sunt următoarele: **ocazional, miercurea și vinerea (31,0%), prima și/sau ultima săptămână în postul Paștelui (29,6%), prima și/sau ultima săptămână în postul Crăciunului (28,7%)**.

În ce perioadă / zile țineți post?

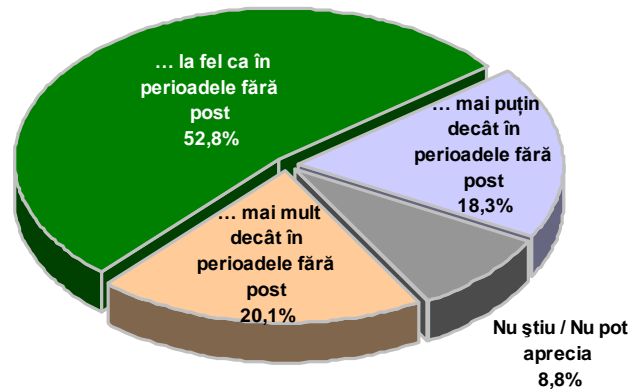
- întrebare cu răspuns multiplu -
(N=558)



De asemenea, trebuie precizat faptul că postul nu este ținut numai pentru „*curățarea sufletească*” ci și pentru „*detoxifierea organismului*”. Acest aspect este ilustrat de faptul că **52,1%** dintre respondenții care țin post fac acest lucru **atât din convingeri religioase, cât și din motive de sănătate**, **37,5%** numai din convingeri religioase, iar **10,4%** deoarece **este benefic pentru sănătate**.

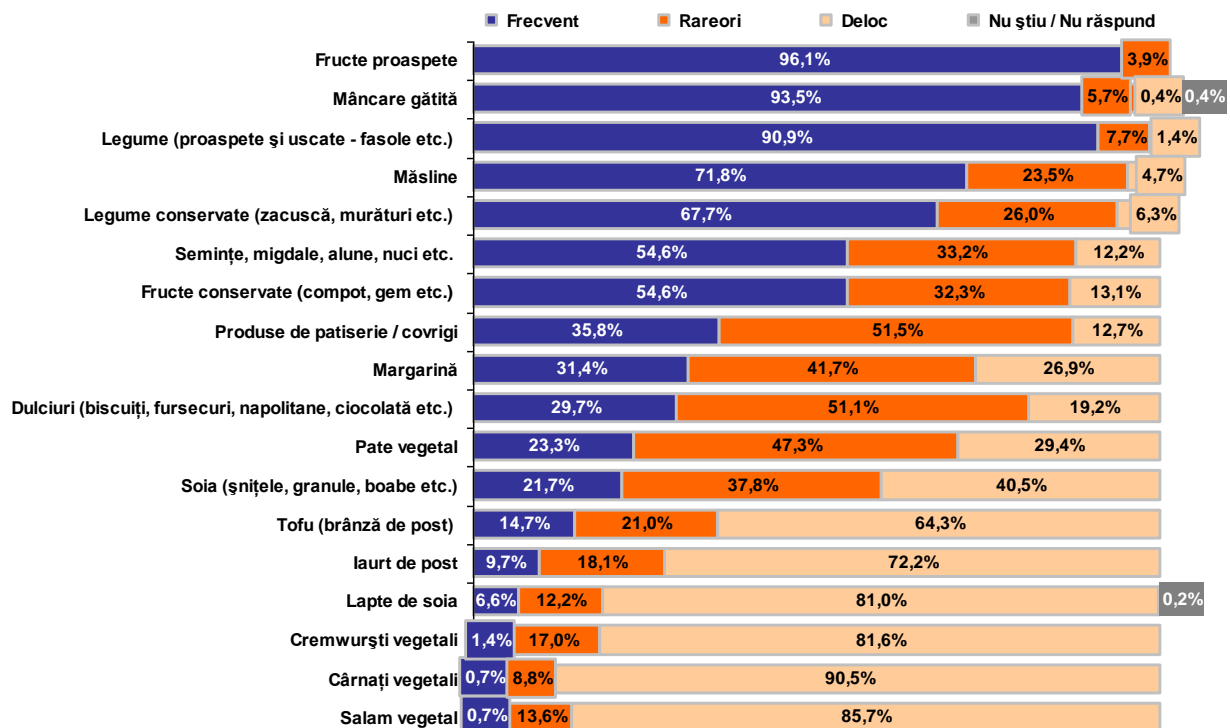
Referindu-ne la costurile alimentare din perioada postului, **52,8%** dintre respondenți declară că, în perioadele în care țin post, **cheltuiesc la fel ca în perioadele fără post**, **20,1%** mai mult decât în perioadele fără post, iar **18,3%** mai puțin decât în perioadele fără post.

Comparativ cu o perioadă obișnuită, în perioadele în care țineți post cheltuiți...?
(N=558)



În ceea ce privește alimentele consumate în perioadele de post, în topul **primelor cinci categorii de produse consumate frecvent** se află: fructe proaspete (96,1%), mâncare gătită (93,5%), legume - proaspete și uscate (90,9%), măsline (71,8%), legume conservate (67,7%).

Cu ce frecvență consumați următoarele categorii de produse în perioada postului?
(N=558)



Studiul a fost realizat de către MEDNET Marketing Research Center în perioada 15 – 29 Februarie 2012 pe un eșantion reprezentativ. Au fost interviuate telefonic 1000 de persoane din mediul urban cu vârsta cuprinsă în intervalul 18 – 70 ani. Marja de eroare este de +/- 3,09% pentru un grad de încredere de 95%.

###

Notă pentru editori

MEDNET Marketing Research Center activează în domeniul cercetării de piață din anul 2000, fiind membră ESOMAR (The World Association for Research Professionals) și SORMA (Societatea Română de Marketing și Cercetarea Opiniei Publice), fapt ce constituie o garanție în plus pentru calitatea serviciilor oferite. MEDNET Marketing Research Center ajută clienții să găsească mai ușor drumul către succes și profit prin oferirea unor servicii de cercetare de marketing de o calitate ireproșabilă și prin adaptarea continuă a instrumentelor specifice cercetării de piață la cerințele actuale ale economiei românești.

Persoana de contact MEDNET Marketing Research Center:

Camelia Vilău

Development Manager

0740076027

0212240677

camelia.vilau@romednet.com