Românii sunt din ce în ce mai conştienţi de importanţa unui stil de viaţă sănătos, iar acest lucru se reflectă şi în preocuparea pentru alimentaţie, în condiţiile în care 69% dintre români declară că aleg produse alimentare cât mai naturale, iar 68% optează pentru produse alimentare de provenienţă românească, arată un studiu realizat de o companie specializată în cercetare de piaţă şi consultanţă.

"Interesul românilor faţă de alimentaţia sănătoasă nu este neapărat o noutate, dar a devenit o tendinţă mai vizibilă sub influenţa unor factori precum: campaniile educaţionale lansate de autorităţi în mass media (legate de consumul de sare, apă, grăsimi, alcool), iniţiativele unor retaileri populari de încurajare a consumului de produse locale, proaspete sau naturale, promovarea intensivă a gamelor bio sau cu ingrediente sănătoase", a declarat Mirela Bâlcan, Senior Partner Mind the Gap.

Atenţia acordată alimentaţiei reiese şi din faptul că sursele de informare dedicate - emisiunile TV, blogurile şi site-urile pe teme de sănătate, nutriţie, mişcare etc. sunt accesate de 35% dintre români. Tot ca o confirmare a acestei direcţii, 34% dintre români iau suplimente alimentare sau fac diverse tratamente naturiste pentru a preveni instalarea unor afecţiuni.

Studiul Mind the Gap arată preocuparea faţă de un stil de viaţă sănătos nu se reflectă doar în opţiunile alimentare, ci şi în conştientizarea importanţei mişcării şi a sportului. Astfel, 32% dintre români declară că fac sport minimum o dată pe săptămână, iar dintre aceştia cei mai activi sunt tinerii cu vârste cuprinse între 16 şi 29 de ani, care fac mişcare în proporţie de 56%. La polul opus, cea mai sedentară grupă de vârstă este cea de 50 - 59 de ani, cu doar 16%. De asemenea, 24% dintre români folosesc gadgeturi care îi ajută să monitorizeze calitatea somnului, consumul de calorii sau activitatea fizică.

"Pe lângă dorinţa de a arăta bine, a fi cool, interesul ridicat faţă de activitatea fizică poate veni şi ca o compensare a unui stil de viaţă stresant şi sedentar, cu multe ore petrecute la serviciu şi în trafic. Ideea de a face sport, nu neapărat constant şi foarte organizat, induce oamenilor sentimentul că au făcut ceva pentru sănătatea lor. Faptul ca românii încep să facă mai mult sport este vizibil şi în competiţiile populare, devenite adevărate evenimente urbane. De asemenea, abonamentul la sală a devenit un mecanism uzual de motivare a angajaţilor din companii, iar achiziţia de device-uri smart dedicate sportului este un comportament frecvent în rândul tinerilor din marile oraşe", a completat Mirela Bâlcan, Senior Partner Mind the Gap.

Studiul a fost realizat în martie 2019, la nivel naţional (urban şi rural), pe un eşantion de 1000 de persoane cu vârsta cuprinsă între 16 şi 70 ani, prin metoda CATI, într-un parteneriat Mind the Gap şi Mia Research. AGERPRES