

# jak zmienili się POLACY

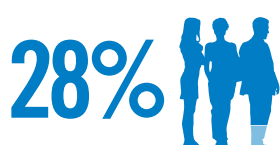
1997

Dwie dekady zmian postaw konsumenckich zanotowanych przez agencje członkowskie

2017

OFBOR

Często lub bardzo często jestem dumny/dumna ze swoich osiągnięć.



**POCZUCIE dumny**



Jestem w pełni zadowolona/zadowolony z mojej sytuacji materialnej.



**SATYSFAKCJA materialna**



Warto więcej zapłacić za produkt dobrej jakości.



**DOBRA jakość**



Wolę kupować produkty polskie.



**POLSKIE produkty**



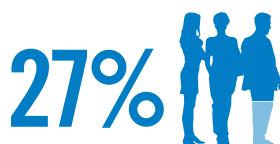
Czytam informacje o składnikach produktu.



**SKŁAD produktów**



Przynajmniej raz w minionym roku byłem/byłam z rodziną w restauracji.



**WIZYTY w restauracji**



(źródło: CBOS i Kantar Millward Brown)

1997

20 LAT OFBOR

2017

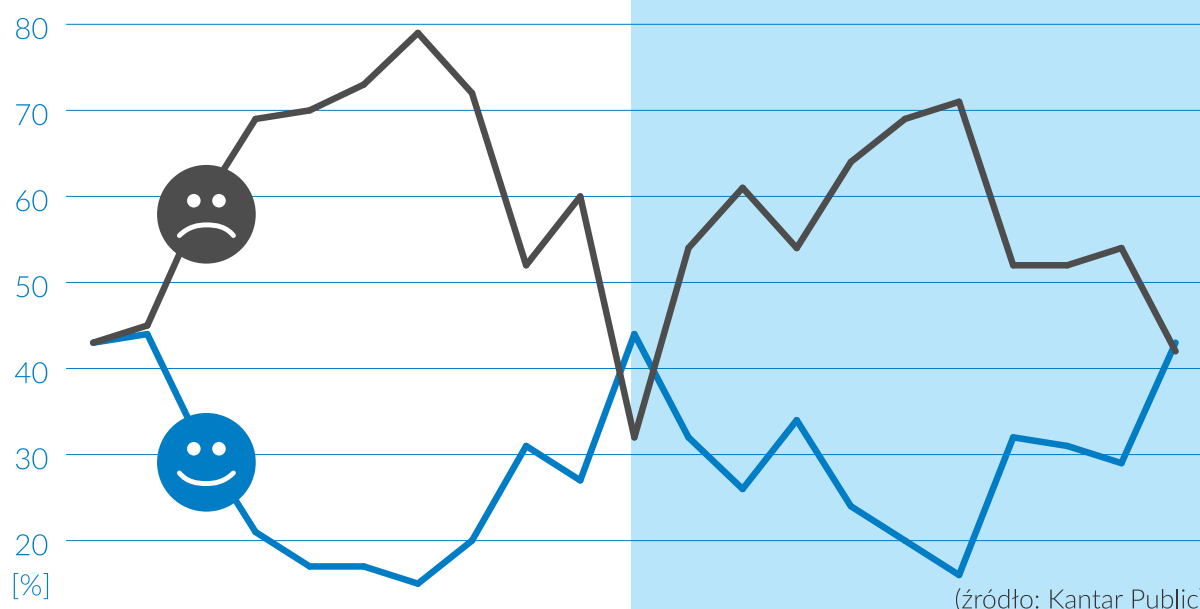
## Agencje badania opinii i rynku od ponad dwóch dekad przyglądają się zmieniającym się nastrojom Polaków.

Okazuje się, że w tym czasie bardzo wiele naszych postaw uległo zasadniczym przemianom. Przedstawiamy autorski wybór zgromadzonych w tym czasie danych, pokazujących ewolucję naszych nastrojów i zwyczajów zakupowych. Pretekstem do analizy minionych 20 lat

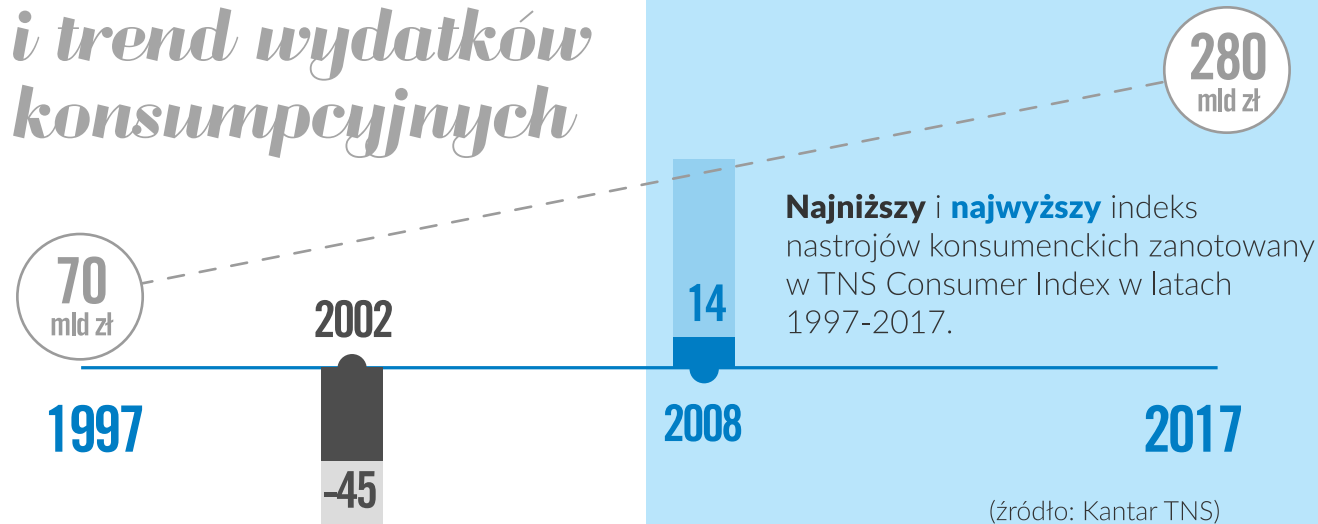
jest obchodzona w tym roku rocznica powstania Organizacji Firm Badania Opinii i Rynku – jedyne w Polsce organu stojącego na straży wiarygodności badań społecznych i konsumenckich. To dzięki wysiłkom OFBOR możemy dziś pokazać wiarygodny obraz fascynującej przemiany polskich konsumentów i głębokich zmian rzeczywistości, w której wszyscy funkcjonujemy.

## MONITOR opinii publicznej

Czy Pana(i) zdaniem, ogólnie rzecz biorąc, sprawy w Polsce idą w dobrym czy złym kierunku?



## INDEKS NASTROJÓW KONSUMENCKICH i trend wydatków konsumpcyjnych



Zwiększamy wartość badań

OFBOR

www.ofbor.pl

Organizacja Firm Badania Opinii i Rynku