

WALENTYNKI 2022

Jak Polacy obchodzą w tym roku walentynki?

Luty 2022

GAME CHANGERS



CZY POLACY LUBIĄ WALENTYNKI? GENERALNIE TAK! NA PEWNO PRZYJĘŁY SIĘ U NAS BARDZIEJ NIŻ INNE ŚWIĘTO ANGLOSASKIEGO POCHODZENIA, CZYLI HALLOWEEN.

Kobiety lubią walentynki nieco bardziej niż mężczyźni, natomiast dla obu płci to święto jest równie ważne. Podejście do niego nie zależy także od wieku.

Czy lubisz?

 Lubię  Ani lubię, ani nie lubię  Nie lubię



Walentynki

57%

24%

18%



Halloween

41%

31%

28%

Czy jest dla Ciebie ważne?

 Ważne  Ani ważne, ani nieważne  Nieważne



Walentynki

45%

32%

23%



Halloween

18%

33%

49%



Lubię walentynki

Mężczyźni

52%

Kobiety

62% ↑

18-34 lata

56%

35-55 lat

59%



walentynki są dla mnie ważne

Mężczyźni

43%

Kobiety

47%

18-34 lata

44%

35-55 lat

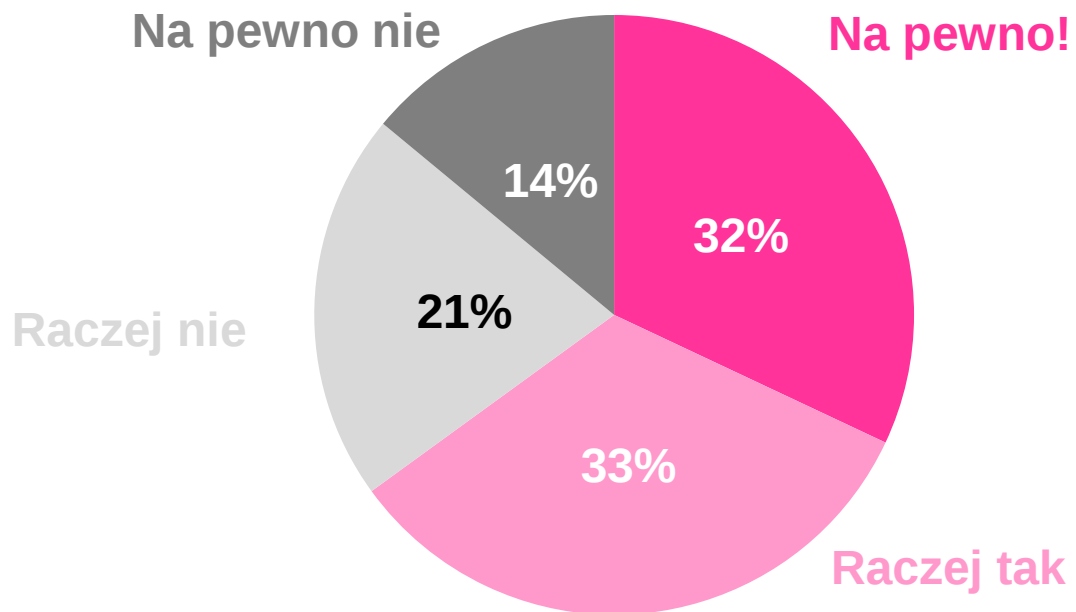
45%



AŻ DWIE TRZECIE POLAKÓW ZAMIERZA W TYM ROKU OBCHODZIĆ WALENTYNKI.

Na świętowanie tegorocznych walentynek równie otwarci są starsi i młodszy, kobiety i mężczyźni.

Czy w tym roku zamierzasz obchodzić walentynki?



Zamierzam obchodzić walentynki
(na pewno lub raczej)

Mężczyźni	Kobiety	18-34 lata	35-55 lat
66%	64%	62%	68%



CO CIEKAWE – BADANIE IPSOS GLOBAL ADVISOR WSKAZUJE, ŻE POLACY NALEŻĄ DO NARODÓW NAJBARDZIEJ OTWARTYCH NA ŚWIĘTOWANIE WALENTYNEK.

**Na ile prawdopodobne jest
że będziesz świętować
walentynki w 2022?**

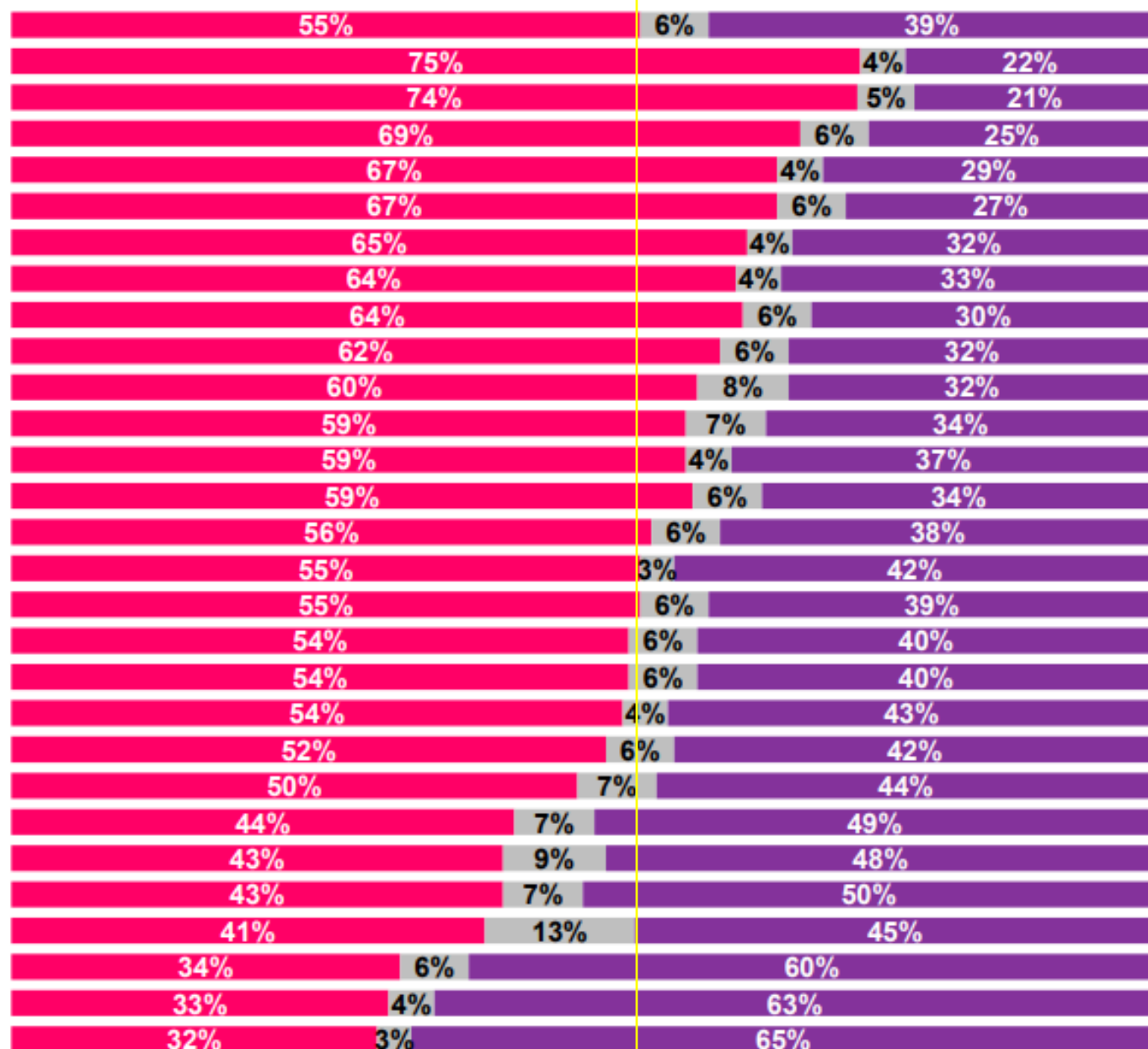
 Bardzo/raczej prawdopodobne

 Nie wiem

 Bardzo/raczej nieprawdopodobne

Średnia dla wszystkich krajów

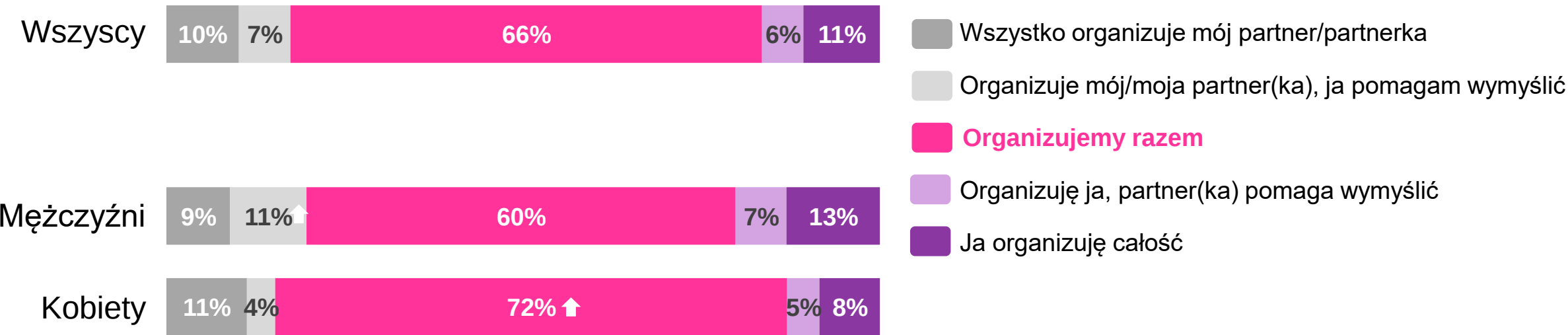
USA
Południowa Afryka
Peru
Chile
Indie
Turcja
Meksyk
➔ **POLSKA**
Chiny
Argentyna
Kanada
Wielka Brytania
Szwecja
Włochy
Belgia
Brazylia
Australia
Francja
Hiszpania
Kolumbia
Malezja
Węgry
Japonia
Rosja
Arabia Saudyjska
Niemcy
Korea Południowa
Holandia



WALENTYNKI ORGANIZUJEMY DEMOKRATYCZNIE.

Decyzja o tym, co będziemy robić, najczęściej zapada wspólnie. Mężczyźni zaskakują partnerki tym, co zaplanowali, to zdecydowana mniejszość.

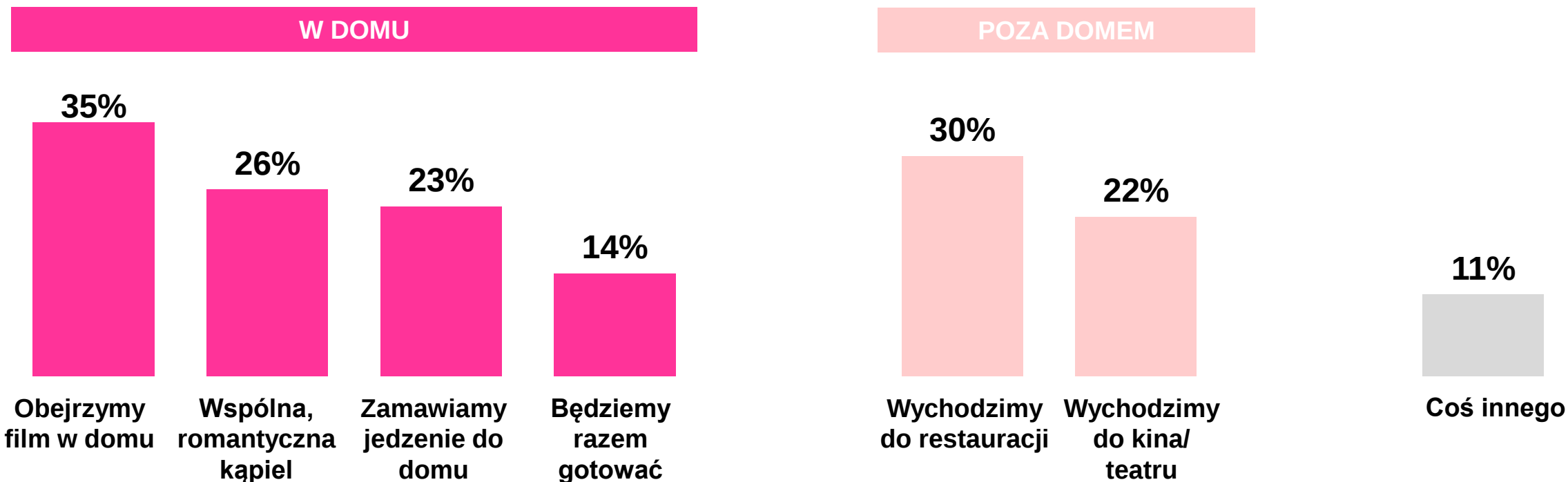
Jak wygląda organizacja walentynek w Twoim związku?



NASZE PLANY W TYM ROKU CZĘSTO OGRANICZĄ SIĘ DO TEGO, CO MOŻEMY ZROBIĆ W DOMU.

Najczęściej planujemy obejrzenie filmu w domu. Co czwarta osoba obchodząca święto planuje wspólną kąpiel, popularne będzie też zamawianie jedzenia do domu, nieco mniej z nas będzie wspólnie gotować.

Co planujecie robić w tym roku?



DOMOWE WALENTYNKI NIE OZNACZAJĄ, ŻE BĘDZIE TANIO!

Bezkosztowe walentynki to rzadkość. Zarówno kobiety jak i mężczyźni planują wydać na obchody niemałe kwoty – ponad połowa badanych mówi, że wyda na ten cel 100 PLN lub więcej. Rzut oka na zeszłoroczne święto pokazuje, że te przypuszczenia nie są bezpodstawne.

Zeszłoroczne wydatki na walentynki



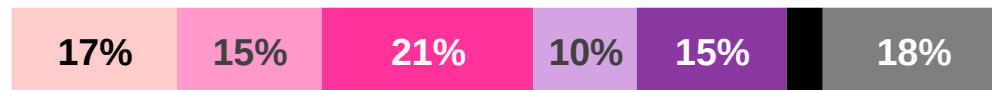
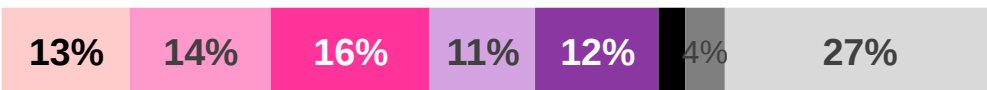
Tegoroczne wydatki na walentynki



Mężczyźni



Kobiety



Do 50 PLN

51-99 PLN

100-149 PLN

150-199 PLN

200 PLN lub więcej

Mój partner płaci za wszystko

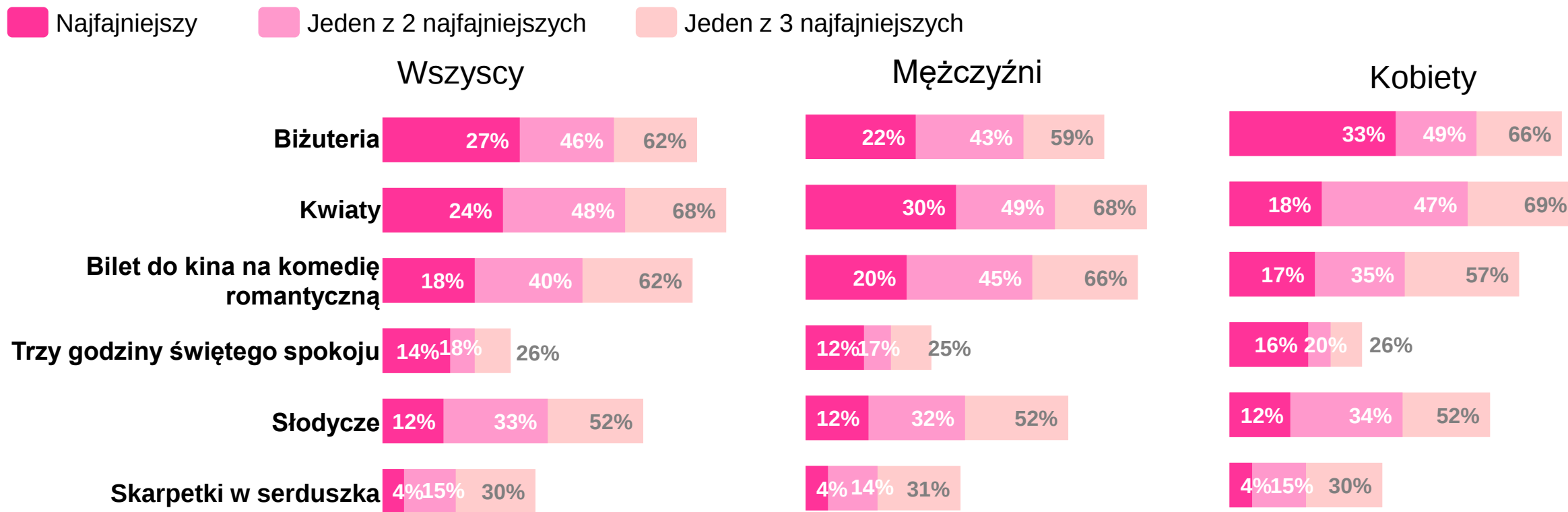
Nic nie wydaliśmy/wydamy

Nie obchodziłem/am walentynek rok temu

WYSOKIE KOSZTY NIE DZIWIĄ W KONTEKŚCIE PREFEROWANYCH PREZENTÓW

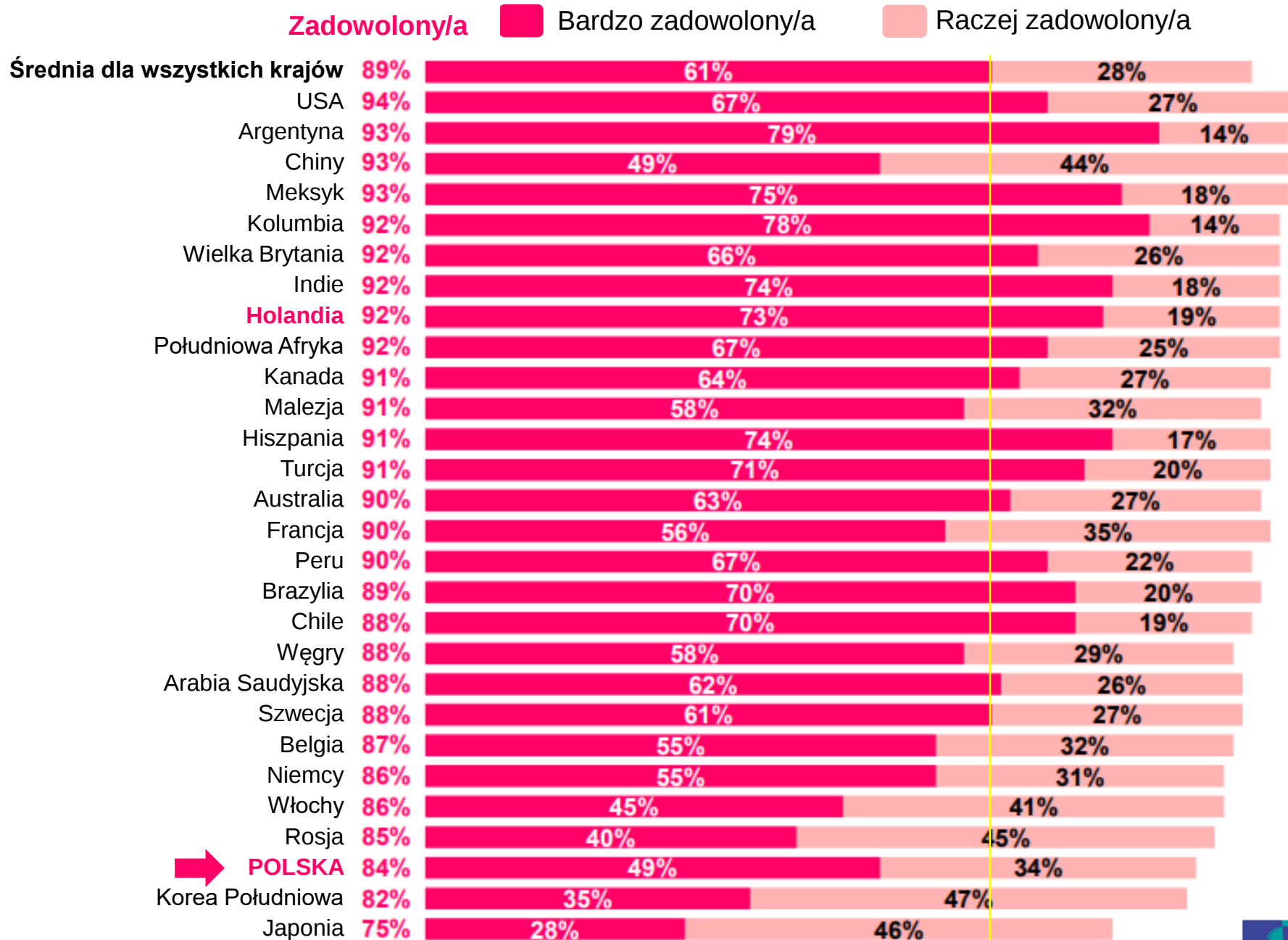
Najfajniejsze prezenty walentynkowe to biżuteria (zwłaszcza w opinii kobiet 😊), kwiaty (tu przewaga mężczyzn) i bilet do kina. Dość dużym zainteresowaniem cieszą się też słodczyce, natomiast symboliczne skarpetki w serduszka – niekoniecznie. Dla co siódmej osoby najlepszym prezentem byłyby... trzy godziny świętego spokoju!

Uszereguj poniższe potencjalne prezenty walentynkowe od najfajniejszego do najmniej fajnego



NA TŁE INNYCH NARODÓW JESTEŚMY STOSUNKOWO MAŁO ZADOWOLENI Z NASZYCH PARTNERÓW...

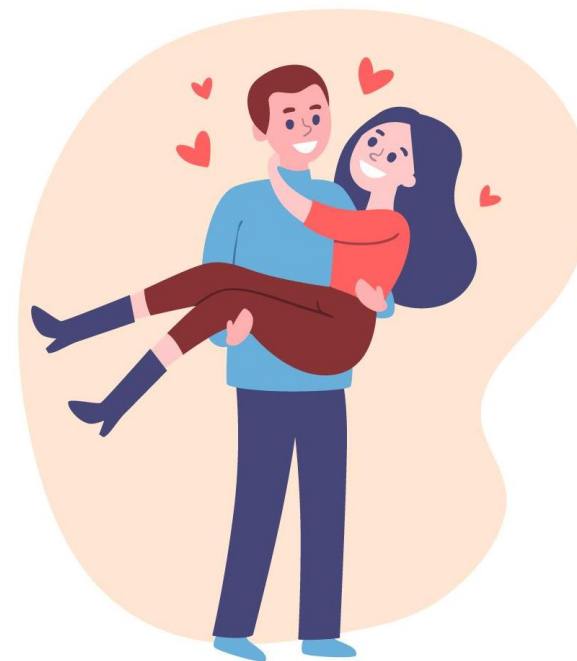
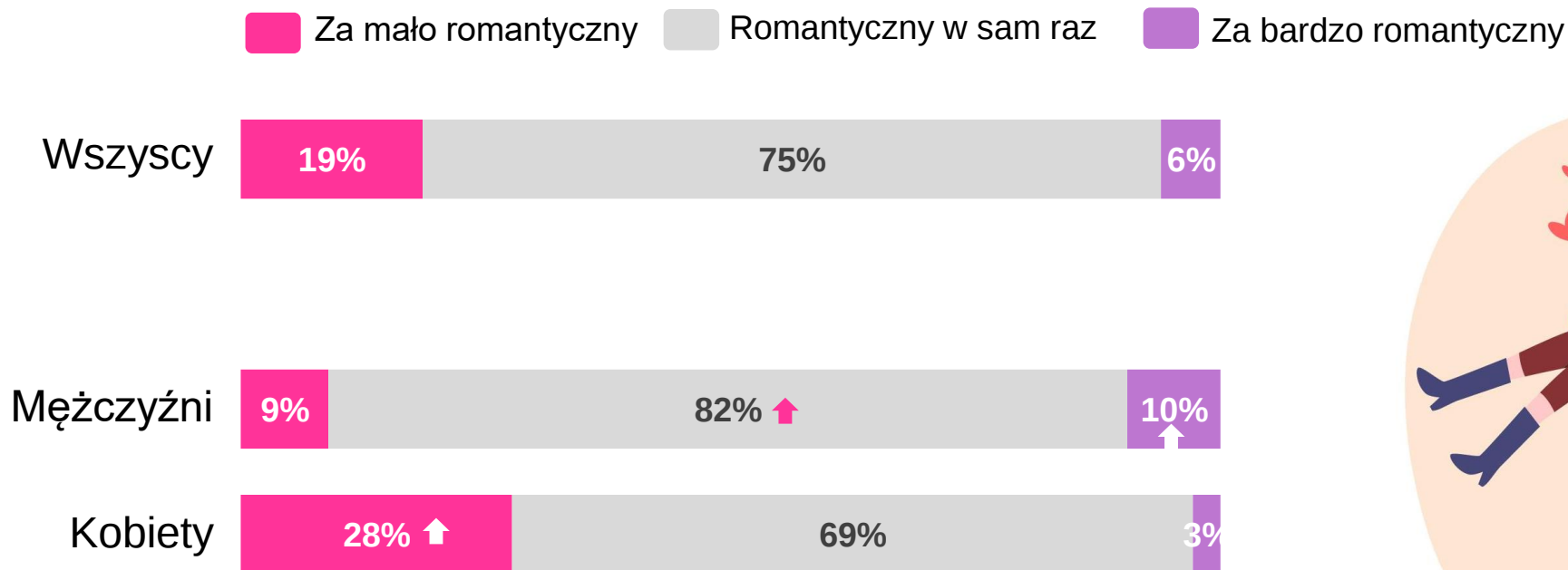
Na ile jesteś
zadowolony/a
ze związku
z Twoim małżonkiem,
partnerem,
narzeczoną?



OGÓLNIE JESTEŚMY ZADOWOLENI ZE STOPNIA ICH ROMANTYCZNOŚCI, JEDNAK...

Co czwarta kobieta wolałaby, żeby ich partner był bardziej romantyczny. Jednocześnie co dziesiąty mężczyzna chciałby, aby jego partnerka była mniej romantyczna, niż jest.

Twój partner/partnerka jest:



NAJWAŻNIEJSZA CECHA PARTNERA – ZARÓWNO DLA KOBIET, JAK I DLA MĘŻCZYZN – TO OPIEKUŃCZOŚĆ.

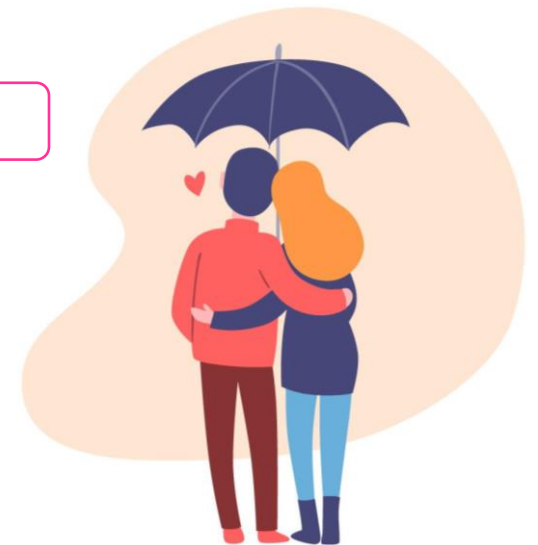
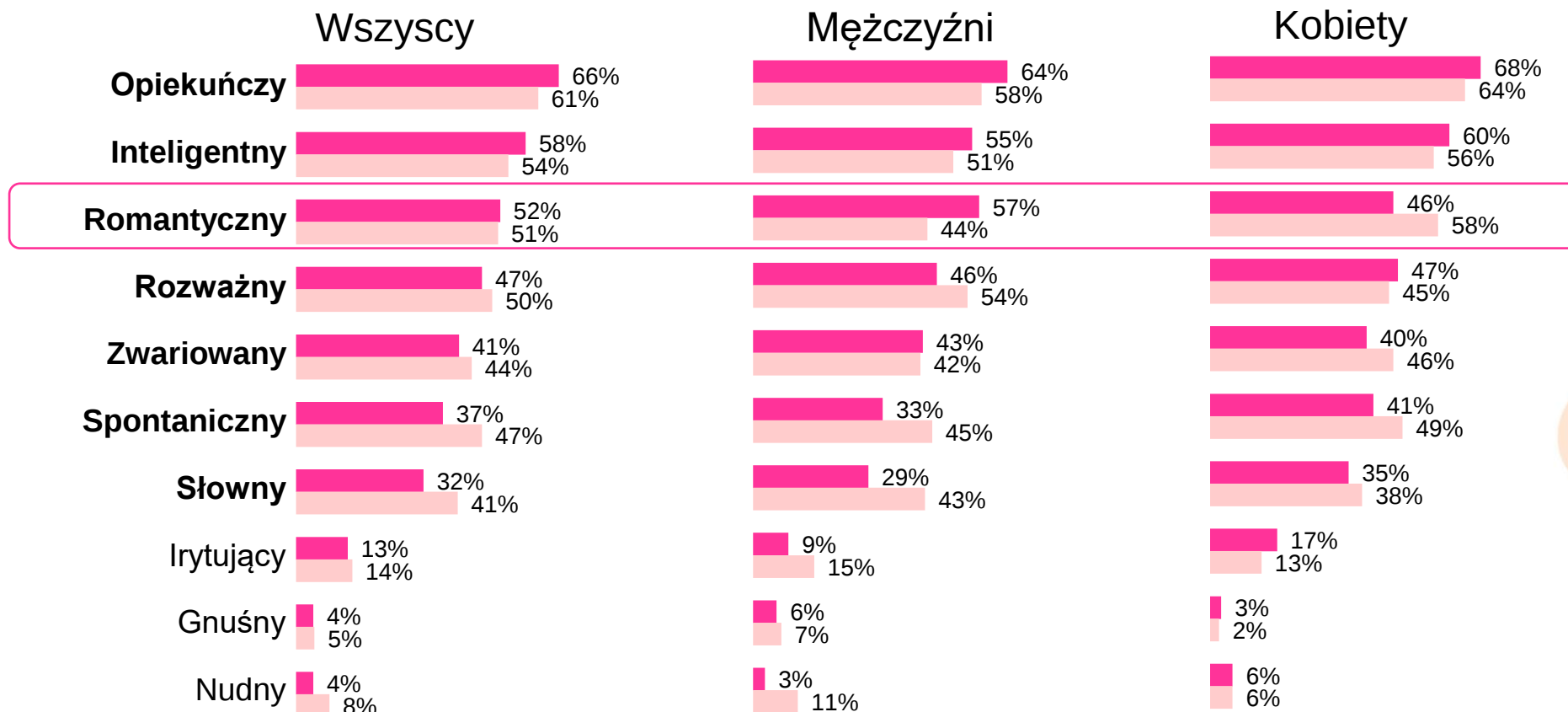
Partnerom i sobie przypisujemy też inteligencję i romantyczność – w przypadku tej ostatniej faktycznie kobiety uważają że są bardziej romantyczne niż ich partnerzy, a mężczyźni na odwrót 😊.

Uwaga panowie: aż 17% kobiet określiło swoich partnerów jako irytujących!

Które z poniższych określeń pasują do...

Twojego partnera

Ciebie



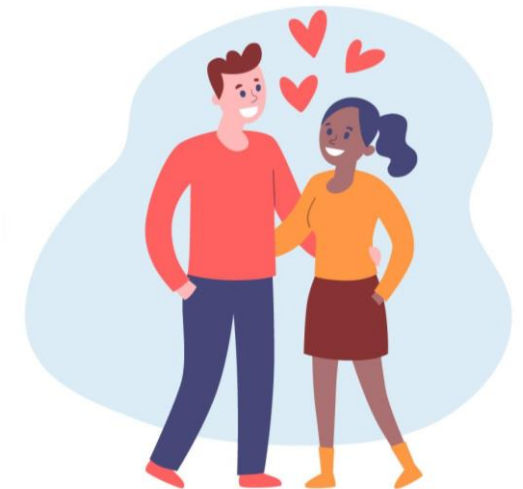
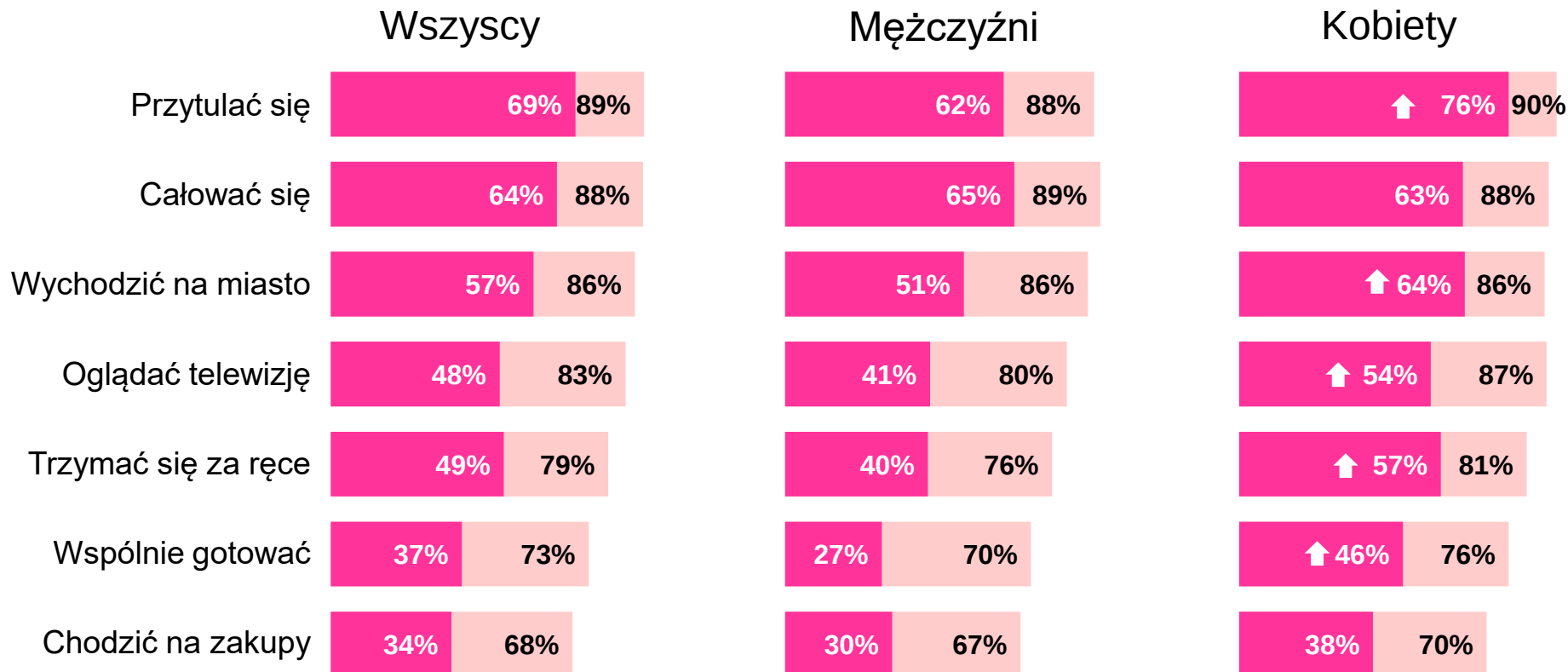
Z NASZYM PARTNERAMI NAJBARDZIEJ LUBIMY SIĘ PRZYTULAĆ (ZWŁASZCZA KOBIETY) I CAŁOWAĆ.

Trzymanie się za ręce przegrywa ze wspólnymi wypadami na miasto, a nawet ze wspólnym oglądaniem telewizji. Najmniej lubiana wspólna czynność to zakupy – wbrew pozorom brak tu różnic pomiędzy kobietami i mężczyznami.

Czy lubisz z Twoim partnerem/ Twoją partnerką

 Bardzo lubię

 Lubię (bardzo lub raczej)



METODOLOGIA

N=450 Internautów w wieku 18-55 lat, w tym:

- 50% kobiet i 50% mężczyzn
- 47% osób w wieku 18-34 i 53% osób w wieku 35-55 lat

Badanie przeprowadzone **na platformie Ipsos.digital**.

Czas realizacji: 4 lutego 2022. Dane zebrano w **2 godziny 11 minut**.

KONTAKT:

iwona.wilmowska@ipsos.com

marcin.hinz@ipsos.com



ABOUT IPSOS

Ipsos is the third largest market research company in the world, present in 90 markets and employing more than 18,000 people.

Our research professionals, analysts and scientists have built unique multi-specialist capabilities that provide powerful insights into the actions, opinions and motivations of citizens, consumers, patients, customers or employees. Our 75 business solutions are based on primary data coming from our surveys, social media monitoring, and qualitative or observational techniques.

“Game Changers” – our tagline – summarises our ambition to help our 5,000 clients to navigate more easily our deeply changing world.

Founded in France in 1975, Ipsos is listed on the Euronext Paris since July 1st, 1999. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg
IPS:FP
www.ipsos.com

GAME CHANGERS

In our world of rapid change, the need for reliable information to make confident decisions has never been greater.

At Ipsos we believe our clients need more than a data supplier, they need a partner who can produce accurate and relevant information and turn it into actionable truth.

This is why our passionately curious experts not only provide the most precise measurement, but shape it to provide True Understanding of Society, Markets and People.

To do this we use the best of science, technology and know-how and apply the principles of security, simplicity, speed and substance to everything we do.

So that our clients can act faster, smarter and bolder.
Ultimately, success comes down to a simple truth:
You act better when you are sure.