**Niemal połowa Polaków zapomina o spożywaniu wody, a 35 proc. nie lubi jej smaku. Najnowsze badanie Waterdrop**

**Wyniki zeszłorocznej analizy ukazały, że nawet 68 proc. Polaków pije maksymalnie litr wody dziennie. Najnowsze badanie przeprowadzone przez austriacką markę Waterdrop ujawnia powody takiego stanu rzeczy. Okazuje się, że nawet 48 proc. respondentów zapomina o piciu wody, a 35 proc. nie lubi jej smaku. Zdecydowana większość chce jednak zmienić swoje nawyki, o czym świadczyć może fakt, że niemal 94 proc. ankietowanych planuje w tym roku spożywać 2 litry wody dziennie. Równocześnie niemal 40 proc. uważa, że pomocne byłoby posiadanie ze sobą butelki w każdym miejscu.**

**Światowy Dzień Wody. Nawet ⅓ osób nie lubi jej smaku**

Naukowcy z **National Institiutes of Health**, [udowodnili](https://academic.oup.com/eurheartj/article/43/35/3335/6553797?login=false), że odpowiednie nawodnienie wiąże się ze **znaczącym zmniejszeniem ryzyka niewydolności serca**. W naszym kraju na chorobę tę cierpi **nawet około miliona Polaków**. Utrzymywanie nawyku picia wystarczającej ilości płynów jest **niezwykle ważne dla naszego zdrowia**, o czym powinniśmy pamiętać nie tylko w trakcie zbliżającego się **Światowego Dnia Wody**, obchodzonego corocznie 22 marca.

Wyniki najnowszej ankiety przeprowadzonej przez Waterdrop wskazują, że **w wypijaniu odpowiedniej ilości wody Polakom najbardziej przeszkadza zapominanie o tym (47,8 proc.)**. Ankietowani wskazali również, że **35 proc. z nich nie lubi smaku wody, podczas gdy 9,2 proc. osób twierdzi, że brakuje im na to czasu**, a 8 proc. nie ma wyrobionego zdania na ten temat.

**Polacy nie piją wystarczającej ilości wody, ale chcą to zmienić**

Zgromadzenie Ogólne ONZ ustanowiło **Światowy Dzień Wody** poprzez rezolucję w 1992 roku. Zgodnie z wytycznymi Europejskiego urzędu do spraw Bezpieczeństwa Żywności, **kobiety powinny pić przynajmniej 2 litry wody dziennie, a mężczyźni nawet 2,5 litra**. Wyniki badania przeprowadzonego przez Waterdrop ukazują, że **nawet 93,7 proc.** respondentów zamierza wypijać w tym roku **co najmniej 2 litry dziennie**. Jednak [wcześniejsze](https://waterdrop_pl.biuroprasowe.pl/202199/polacy-pija-dwa-razy-mniej-wody-niz-europejczycy-a-prawie-co-czwarty-wybiera-ja-z-plastiku) badanie pokazało nam, że nie będzie to proste. Tylko 22**,2 proc. Polaków pije więcej niż dwie szklanki wody dziennie, a aż 8,5 proc. pije jej zaledwie mniej niż dwie** w trakcie doby.

**Skuteczne sposoby na nawadnianie się**

Polacy uważają, że w spożywaniu większej ilości wody dziennie **pomogłoby im posiadanie butelki zawsze przy sobie (38,6 proc.), inny smak wody (32,8 proc.)** **oraz aplikacja przypominająca o jej piciu (17,7 proc.).** Z kolei 8,3 proc. respondentów badania Waterdrop nie ma na ten temat zdania, a 2,7 proc. uważa, że pomogłoby im **picie wody o konkretnych, ustalonych godzinach**. Dostępne od Waterdrop w limitowanych edycjach: **stalowa butelka termiczna Glossy** o pojemności 600 ml, **w kolorze pastelowej, delikatnej zieleni** oraz powracający smak rozpuszczalnych **Microdrinków Cola** mogą pomóc osobom, które chcą dbać o regularne nawadnianie się **poprzez posiadanie butelki z piciem zawsze przy sobie oraz tym, którzy nie lubią smaku wody**.

**Zrównoważony rozwój**

[Waterdrop](https://waterdrop.pl/) dba o to, aby stać się ekologicznym liderem w branży napojów. Ambasadorem oraz inwestorem marki jest uznany tenisista **Novak Djoković**. W ubiegłym roku firma podjęła współpracę z **Rosie Huntington Whiteley** oraz **Conchitą Wurst**. Waterdrop wierzy w **świat bez plastiku** i wprowadza butelki wielokrotnego użytku oraz [Microdrinki](https://waterdrop.pl/collections/microdrinki) bez dodatku cukru i konserwantów.

**Waterdrop®** to marka, która powstała w 2016 roku w Austrii, obecnie działa w 11 krajach europejskich, USA, Singapurze oraz Australii. Przyświecają jej dwie idee – picia większej ilości wody oraz wyeliminowania plastiku w formie jednorazowych butelek. W ofercie waterdrop**®** znajdują się smakowe, rozpuszczalne w wodzie kapsułki wzbogacone o witaminy i ekstrakty roślinne oraz akcesoria, takie jak butelki, termokubki i dzbanki filtrujące wodę. Marka dostarcza innowacyjne rozwiązania wspierające dobre samopoczucie konsumentów poprzez oferowanie wysokiej jakości produktów oraz doświadczeń związanych z kwintesencją życia – wodą.

<https://waterdrop.pl/>

<https://www.facebook.com/waterdroppolska/>