



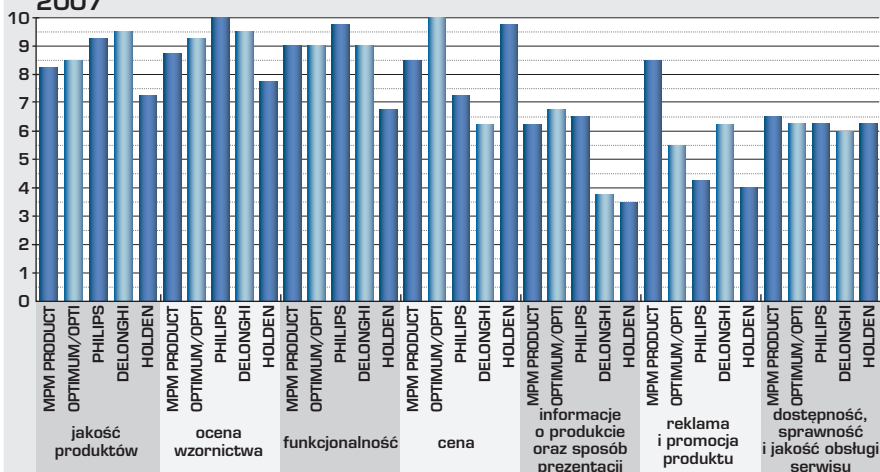
# ANKIETA 2006-2007

W trwającej ponad dwa lata akcji (2006-2007), wyłoniliśmy kilkadziesiąt głównych kategorii, które zyskały wymagane minimum, czyli  $N \geq 50$ .

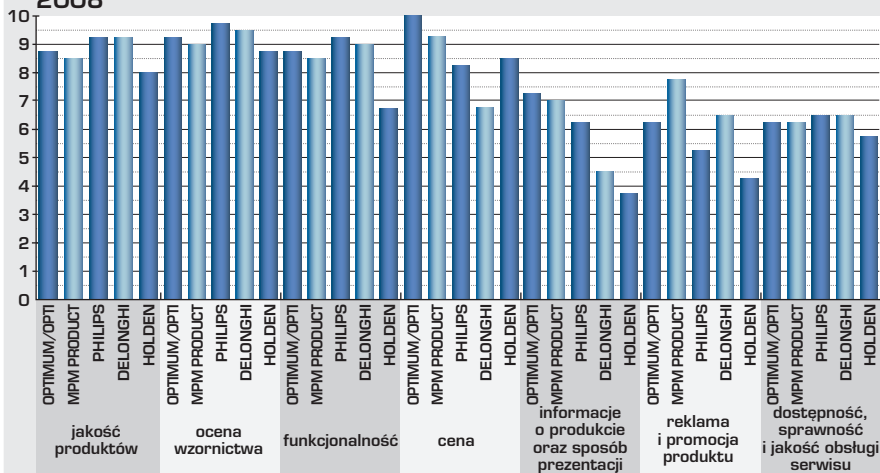
Liczba ta stanowi reprezentacyjną współczynnik dla każdej z grup. Ankieta została przeprowadzona na terenie całego kraju wśród sklepów, sieci hurtowni oraz firm przedstawicielskich, do których w sposób ściśle selekcyjny i badany docierał nasz periodyk. Pod uwagę brane

są tylko i wyłącznie oryginalne karty i ankiety drukowane przez nasz magazyn. Wachlarz ocen wynosi od minimum 1 do maksimum 10 punktów w skali rosnącej. Uzyskane dane są średnią arytmetyczną uzyskaną we wszystkich grupach. Ankieta jest własnością Polskich Profesjonalnych Wydawnictw Prasowych. Wszelkie kopiowanie lub przytaczanie jej wyników bez zezwolenia autora jest zabronione.

## 2007



## 2008



### Tostery

| Firma        | ogółem | przyrost/spadek do roku 2007 |
|--------------|--------|------------------------------|
| OPTIMUM/OPTI | 56,50  | +1,25                        |
| MPM PRODUCT  | 56,25  | +0,50                        |
| PHILIPS      | 54,50  | +1,25                        |
| DELONGHI     | 52,00  | +1,75                        |
| HOLDEN       | 45,75  | +0,50                        |

Pod uwagę brane były wszystkie rozwiązania konstrukcyjne

UWAGA! Wykres górny obrazuje dane będące średnią arytmetyczną punktów uzyskanych w siedmiu głównych kategoriach, w ankiecie wspomaganą, przeprowadzonej w latach 2006 i 2007 wśród sklepów i hurtowni na terenie całego kraju. Na wykresie dolnym uwidoczniłoby najnowsze dane aktualizowane na bieżąco. Na obu wykresach uwidoczniłoby 5 marek o najwyższych wskazaniach. Sumy zostały zaokrąglone do 0,25 punktu.