

Polacy coraz częściej jedzą poza domem [RAPORT]

data aktualizacji: 2019.09.04



Aż 93 proc. Polaków w ciągu ostatnich 6 miesięcy odwiedziło lokale gastronomiczne. Chętnie jadamy poza domem, ponieważ lubimy spotykać się ze znajomymi i odkrywać nowe, nieznanne smaki. Wśród najczęściej wybieranych rodzajów kuchni niezmiennie dominują polska i włoska.

Z przeprowadzonych badań wynika, że zdecydowana większość polskich konsumentów jada poza domem. 93 proc. badanych korzysta z lokali gastronomicznych, co w porównaniu do ubiegłego roku pozostało na podobnym poziomie (94 proc.). Z kolei liczba osób odwiedzających restauracje minimum 2-3 razy w miesiącu wzrosła o 3 procent w stosunku do roku 2018. Częstotliwość wyjścia do restauracji wyraźnie odróżnia się w grupach wiekowych: 40 proc. respondentów w wieku 18-24 je poza domem co najmniej raz na tydzień. Odsetek tych osób systematycznie maleje w kolejnych grupach wiekowych i w grupie 50+ wynosi tylko 16 proc.

Wyniki przeprowadzonych badań potwierdzają, że głównym powodem wyjścia do restauracji jest okazja do spotkania ze znajomymi, co zadeklarowało 41 proc. respondentów. Badani wskazywali również, że jest to chęć poznania nowych, nieznanych dotąd smaków (38 proc.) oraz możliwość spożycia posiłku w miejscu pracy lub nauki (30 proc.). Niechęć do gotowania nadal pozostaje najrzadziej wybieranym powodem do jedzenia poza domem (7 proc.).

Największą popularnością wśród Polaków cieszą się pizzerie (68 proc.), sieci typu fast food (65 proc.) oraz restauracje (52 proc.). Czołówka liderów najczęściej odwiedzanych formatów gastronomicznych pozostaje bez zmian od kilku lat. Coraz chętniej Polacy jadają w lokalach typu fast food, co potwierdza wzrost odsetka badanych preferujących ten format gastronomiczny (65 proc. vs. 59 proc.). Na popularności w stosunku do roku 2018 zyskały również kawiarnie (49 proc. vs. 43 proc.) oraz food trucki (21 proc. vs. 16 proc.).

Zapytani o najchętniej wybierany rodzaj kuchni, 82 proc. badanych wskazało kuchnię polską. W porównaniu do ubiegłych lat obserwujemy wzrost liczby konsumentów preferujących polską kuchnię regionalną, co przekłada się na rozwój lokalnej gastronomii, posiadającej w ofercie tradycyjne potrawy. Na drugim miejscu znalazła się kuchnia włoska - ceni ją sobie 61 proc. badanych. W dalszej kolejności Polacy preferują kuchnię amerykańską, za którą odpowiedziało się 36 proc. oraz arabską - wybraną przez 30 proc. respondentów. Na popularności w roku 2019 straciła kuchnia meksykańska, która w poprzednich latach znalazła się wśród często wybieranych przez Polaków rodzajów kuchni.

W stosunku do wyników z ubiegłego roku trójka czołowych czynników decydujących o wyborze lokalu pozostaje bez zmian - smak danej kuchni (51 proc.), chęć poznania nowych smaków (29 proc.) oraz dostępność (21 proc.). Rzadziej przy wyborze lokalu Polacy kierują się historią danej kuchni, związanymi z nią tradycjami (9 proc.) oraz aspektami zdrowotnymi posiłku (8 proc.). Wart uwagi jest fakt, że dla kobiet i osób w wieku 18-34 kluczowym motywatorem są walory smakowe kuchni oferowanej przez lokal. Dla najmłodszych badanych główne znaczenie mają ceny oraz dostępność lokali.

Z raportu wynika także, że polscy konsumenci coraz więcej wydają na jeden posiłek podczas wizyty w restauracji. W dni robocze w porównaniu do weekendów wydane kwoty w lokalach gastronomicznych są stosunkowo mniejsze. W ciągu tygodnia 26 proc. badanych wydaje na posiłek od 21 do 30 złotych, a od 11 do 20 złotych płaci 25 proc. respondentów. Posiłki w ciągu tygodnia roboczego głównie mają za zadanie zaspokajać potrzebę odżywiania. Kwota na rachunku w restauracji w weekendy waha się najczęściej od 21 do 30 złotych, za którą odpowiedziało się 21 proc. badanych oraz od 31 do 40 złotych, co zostało wskazane przez 17 proc. respondentów. Wyjście do restauracji w weekendy oprócz zaspokajania głodu ma także charakter towarzyski. Wiąże się to z wydaniem w weekend większych kwot na jeden posiłek podczas wizyty w stosunku do tygodnia roboczego.

Raport „Polska na Talerzu 2019” przygotowano na podstawie badania opinii publicznej przeprowadzonego w kwietniu 2019 roku przez IQS na zlecenie sieci hurtowni Makro Polska, metodą CAWI (bezpośredni wywiad prowadzony drogą internetową wspomagany komputerowo) na reprezentatywnej pod względem wieku, płci i miejsca zamieszkania próbie 1000 panelistów - użytkowników Internetu powyżej 18 roku życia.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/polacy-coraz-czesciej-jedza-pozza-domem-raport,56658>