

# Komunikat z badań

## Dobre prognozy dla polskiego rynku HoReCa

7 grudnia 2017 r.

**Lidia Kucharska**  
Project Manager  
Consumer Goods & Retail  
T +48 22 43 41 438  
[lidia.kucharska@gfk.com](mailto:lidia.kucharska@gfk.com)

**Maciej Siejewicz**  
Manager  
Marketing & Communications  
T +48 22 43 41 239  
M +48 500 100 500  
[maciej.siejewicz@gfk.com](mailto:maciej.siejewicz@gfk.com)

**Warszawa, 7 grudnia 2017 r. – W porównaniu do roku ubiegłego rynek gastronomiczny w Polsce wzrósł o ponad 10,5 pp. i jest wart niemal 36,12 mld zł.**

Liczba aktywnych placówek całorocznych wzrosła o 1,8 pp. Z wyjątkiem lokali zaliczanych do kategorii klubów nocnych, pubów i sieci fast food, w każdym z segmentów rynku gastronomicznego w ciągu ostatnich 12 miesięcy zwiększyła się liczba punktów.

Jednocześnie, o ponad 13 pp. spadła liczba punktów gastronomicznych uruchamianych sezonowo, w porównaniu do 2016 roku.

Odsetek Polaków w wieku 15+, którzy deklarują, iż odwiedzili punkt gastronomiczny w ciągu ostatnich 12 miesięcy, spadł o 5 pp. w porównaniu do rekordowego roku 2016 i wynosi obecnie 49 proc. Jest on jednak nadal na poziomie wyższym niż ten notowany w latach 2012-2015. Znacznie zwiększyła się z kolei częstotliwość wizyt w lokalach gastronomicznych - do poziomu średnio 3,7 odwiedzin w skali miesiąca. Wart podkreślenia jest również fakt ciągłego wzrostu średniej liczby odwiedzanych rodzajów punktów obserwowany rokrocznie od 2014 roku. Lidia Kucharska, analityk w dziale *Consumer Goods and Retail* GfK podsumowuje: „Rosnąca liczba lokali i ich coraz bardziej różnorodna oferta wydaje się wpływać na wzrost intensywności korzystania przez konsumentów z gastronomii, zarówno w formie rosnącej częstotliwości wizyt, jak i odwiedzania/próbowania różnych typów lokali”. Konsumenci, którzy odwiedzali punkty gastronomiczne, wydawali w nich średnio 98 zł miesięcznie (jest to najwyższa wartość na przestrzeni ostatnich 9 lat).

Polacy najczęściej odwiedzali punkty gastronomiczne w celu spotkania się ze znajomymi lub spontanicznie, bez szczególnej okazji. Wybór danego lokalu najczęściej uzależniali od smaku serwowanych posiłków, napojów, dogodnej lokalizacji lub decydowali się na niego z przyzwyczajenia. Ogólnie rzecz biorąc, frytki, burgery, mięsne zestawy posiłków, pizza i lody to

GfK Polonia Sp. z o.o.  
ul. Ludna 2  
Warszawa, 00-406  
Polska

T: +48 22 43 41 000  
F: +48 22 43 41 010

Zarząd:  
Agnieszka Sora  
Marek Markiewicz

Sąd Rejonowy  
dla M. St. Warszawy  
XII Wydział Gospodarczy  
Krajowego Rejestru Sądowego  
KRS 0000163116  
NIP: 527-020-35-72  
Kapitał zakładowy:  
1 500 000 PLN

najbardziej popularne produkty zamawiane w placówkach gastronomicznych, co jest odbiciem niezmiennie dominujących typów odwiedzanych przez Polaków lokali. Bowiem pizzerie, restauracje i fastfoody to najbardziej popularne rodzaje placówek odwiedzanych przez konsumentów. Jednak popularność tych ostatnich spadła w stosunku do ubiegłego roku.

Jeśli chodzi o sieci gastronomiczne, na czele pozostaje McDonald's. Prawie dwie trzecie Polaków w wieku 15+ deklaruje, iż odwiedziło punkt tej sieci w ciągu ostatnich 12 miesięcy. Sieci KFC i Pizza Hut nadal pozostają w czołówce rankingu popularności.

Ponad jedna czwarta konsumentów odwiedzających punkty gastronomiczne skorzystała z możliwości zamawiania potraw za pośrednictwem telefonu i/lub internetu. Ten sposób składania zamówienia cieszył się największą popularnością w przypadku pizzerii. Niemal dwie trzecie klientów gastronomii korzystało z opcji zamawiania wynos – najczęściej działało się tak w przypadku sieci McDonald's i KFC.

**– KONIEC –**

### **O badaniu**

Powyższe dane pochodzą z raportu „Rynek gastronomiczny 2017”, który opisuje rynek z perspektywy: właścicieli i kierowników punktów gastronomicznych oraz konsumentów odwiedzających poszczególne lokale, a to wszystko na tle bieżącego otoczenia rynkowego. Prezentowana jest między innymi liczba punktów gastronomicznych, wartość rynku, obroty punktów gastronomicznych oraz udział kategorii produktowych w obrotach. Szczegółowo zostały również przeanalizowane kwestie współpracy punktów z dostawcami/ producentami i przedstawicielami handlowymi.

### **GfK**

GfK stosuje naukowe podejście w analizie danych. Dzięki innowacyjnym rozwiązaniom badawczym dostarczamy informacje o konsumentach, rynkach, markach i mediach. Zarówno tych dzisiejszych, jak i przyszłych. Dla naszych klientów jesteśmy sprawdzonym partnerem badawczym i analitycznym. „Growth from Knowledge”.



Dowiedz się o nas więcej odwiedzając stronę [www.gfk.com/pl](http://www.gfk.com/pl) lub obserwując konto: [https://twitter.com/GfK\\_pl](https://twitter.com/GfK_pl).