

CO NA OBIAD?

Wybory konsumentów i percepcja
formatów gastronomicznych
w Polsce 2025



W ostatnich latach obserwujemy coraz wyraźniejsze zacieranie się granic pomiędzy handlem detalicznym a gastronomią. Sieci spożywcze intensywnie rozwijają ofertę produktów gotowych do spożycia, które jeszcze niedawno były domeną lokali gastronomicznych. Trend ten wpisuje się w szerszy megatrend convenience, odzwierciedlający potrzeby konsumentów w zakresie szybkości, wygody i łatwej dostępności posiłków.

Z drugiej strony, w przypadku wizyt w lokalach gastronomicznych samo spożycie posiłku stanowi dopiero siódmy najważniejszy powód wyjścia - miejsca te pełnią przede wszystkim funkcję społeczną, stając się przestrzenią spotkań z rodziną i znajomymi.

W odpowiedzi na te zjawiska przygotowaliśmy raport stanowiący swoistą mapę gastronomicznych preferencji Polaków dotyczących jedzenia poza domem. Analizujemy w nim, jak konsumenci postrzegają poszczególne formaty gastronomiczne oraz jakie miejsca wybierają w zależności od okazji. Łączy on dane z różnych źródeł i rynków: HoReCa, food-to-go oraz spożywczego, dostarczając kompleksowego obrazu zachowań konsumenckich. Raport podzieliliśmy na dwie główne części:

- profile percepcyjne formatów gastronomicznych,
- okazje konsumpcyjne i formaty ich realizacji.

Wierzymy, że lektura raportu dostarczy Państwu wartościowych obserwacji na temat gastronomicznych wyborów Polaków.



Dr Agnieszka Figiel

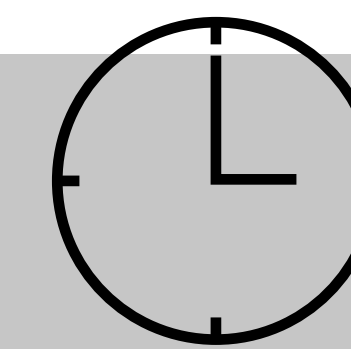
Principal Research Executive

6 szczegółowych profili posiłków

W ramach części dotyczącej profili percepcyjnych analizujemy **w jaki sposób postrzegane są posiłki:**

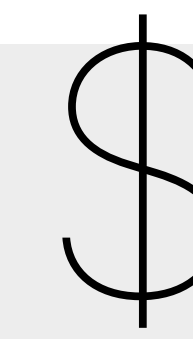
- w domu
- poza domem:
 - ↳ restauracja z obsługą kelnerską
 - ↳ pizzeria
 - ↳ lokal typu fast-food/QSR
 - ↳ sklep spożywczy (food-to-go)
 - ↳ dieta pudełkowa

7 wymiarów oceny każdego posiłku przez badanych



CZAS

posiłek szybki (w przygotowaniu) czy czasochłonny



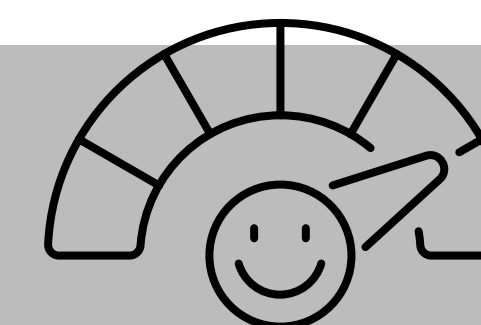
KOSZT

tani czy drogi



ZDROWIE

niezdrowy czy zdrowy



PRZYJEMNOŚĆ

jedzony z konieczności czy dla przyjemności



OFERTA

konsument ma ograniczony czy duży wybór



OKAZJA

dobry na co dzień czy dobry na specjalne okazje



DOPASOWANIE DO KONSUMENTA

niedostosowany czy dostosowany do tego, co konsumentowi smakuje

Okazje konsumpcyjne

W ramach części dotyczącej okazji konsumpcyjnych i formatów realizacji analizujemy kiedy Polacy wybierają jedzenie w domu, a kiedy określone pozadomowe posiłki. Analizujemy zachowania konsumenckie w ramach następujących okazji spożywania posiłków:

- obiad lub lunch podczas dnia spędzanego w domu
- posiłek w pracy, na uczelni, w szkole
- spotkanie towarzyskie z rodziną lub znajomymi
- posiłek w trakcie podróży
- specjalna okazja (urodziny, święta, rocznica, coś wyjątkowego)
- posiłek zdrowy, dietetyczny, zbilansowany

Dodatkowo, analizujemy również dwie okazje do spożywania napojów:

- spotkanie towarzyskie z rodziną lub znajomymi
- w trakcie podróży

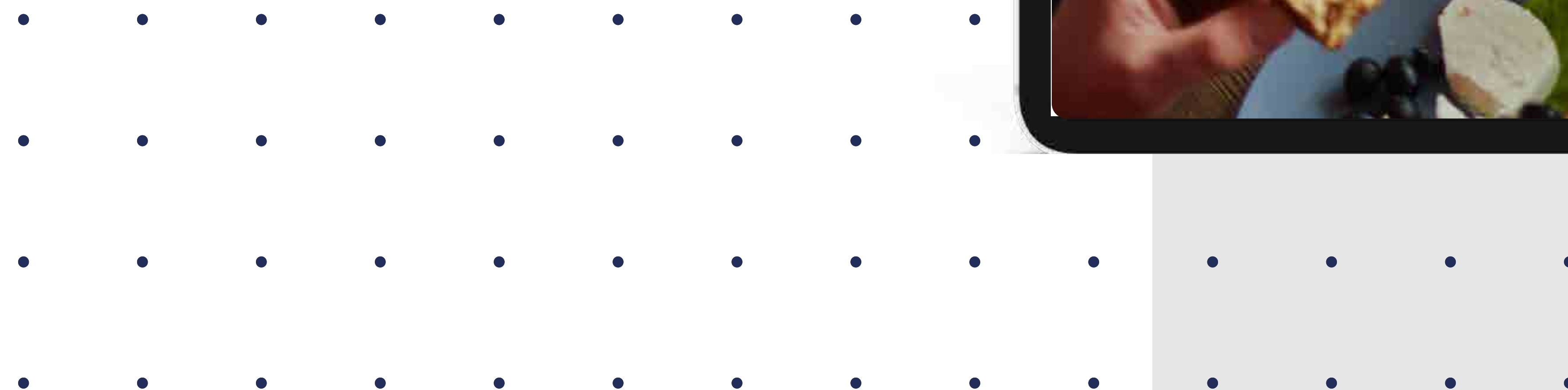
Formaty realizacji

Każda okazja ma swój zestaw możliwych posiłków lub napojów do wyboru, tak by jak najlepiej oddać rzeczywiste zachowania konsumenckie. Łącznie opisujemy następujące formaty realizacji potrzeb gastronomicznych:

- dom
- lokale: restauracja z obsługą kelnerską, pizzeria, lokal typu fast-food, stacja benzynowa, kawiarnia/cukiernia, pub/bar/klub
- miejsca zakupu: posiłek/napój kupiony w sklepie spożywczym, posiłek/napój kupiony w dowozie/na wynos, posiłek/napój kupiony w maszynie vendingowej
- usługi gastronomiczne: catering pudełkowy, catering pracowniczy, catering pokładowy, catering eventowy

Na jakie pytania odpowiadamy w raporcie?

- Jak różni się percepcja posiłków domowych i pozadomowych w wymiarze ceny, zdrowotności i wygody?
- Jakie formaty gastronomiczne są postrzegane jako zdrowe, szybkie, tanie lub przyjemne?
- Jakie różnice widać w wyborach formatów gastronomicznych pomiędzy okazjami codziennymi a specjalnymi?
- W jaki sposób poszczególne formaty konkurują ze sobą o różne okazje konsumpcyjne?
- Na styku formatów - które modele gastronomiczne bezpośrednio konkurują o konsumenta i w jakich wymiarach?
- Jak różnią się percepcje poszczególnych formatów w zależności od wieku, płci i przynależności pokoleniowej konsumentów?



PMR Market Experts to marka raportów rynkowych opracowywanych przez Hume's Institute

W PMR Market Experts od ponad 20 lat tworzymy cykliczne raporty branżowe. Nasze główne specjalizacje:

- Digital & ICT
- Retail
- Pharma & Healthcare
- Construction

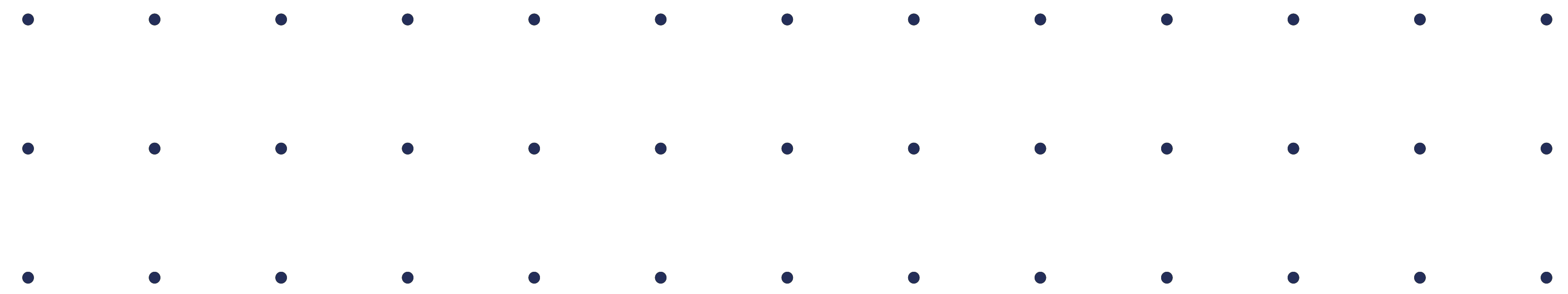
Nasze raporty to coś więcej niż zestawienie faktów – to rzetelna wiedza oparta na sprawdzonej metodologii. Łączymy dane pierwotne i wtórne, własne algorytmy oraz modele ekonometryczne, by dostarczyć precyzyjnych informacji o rynku, jego wartościach, dynamice, segmentach i głównych graczech.

Jesteśmy częścią Hume's Institute – agencji badawczej 360° specjalizującej się w badaniach ilościowych i jakościowych, prognozowaniu oraz predykcjach rynkowych.

Doświadczenie w analizie i weryfikacji danych PMR Market Experts, **unikatowe insighty** oraz **sprawdzone prognozy** dostarczane przez Hume's Institute dają realną wiedzę i przewagę naszym Klientom.

Z naszych usług skorzystało już ponad 600 klientów na całym świecie. **Przebadaliśmy ponad 5 000 marek, działając na ponad 50 rynkach.** Zaufaniem obdarzyły nas największe firmy - **współpracujemy z 70% marek z prestiżowej listy Fortune 500.**





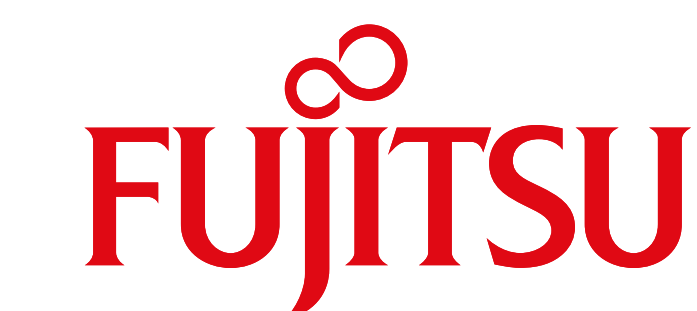
Zaufali nam

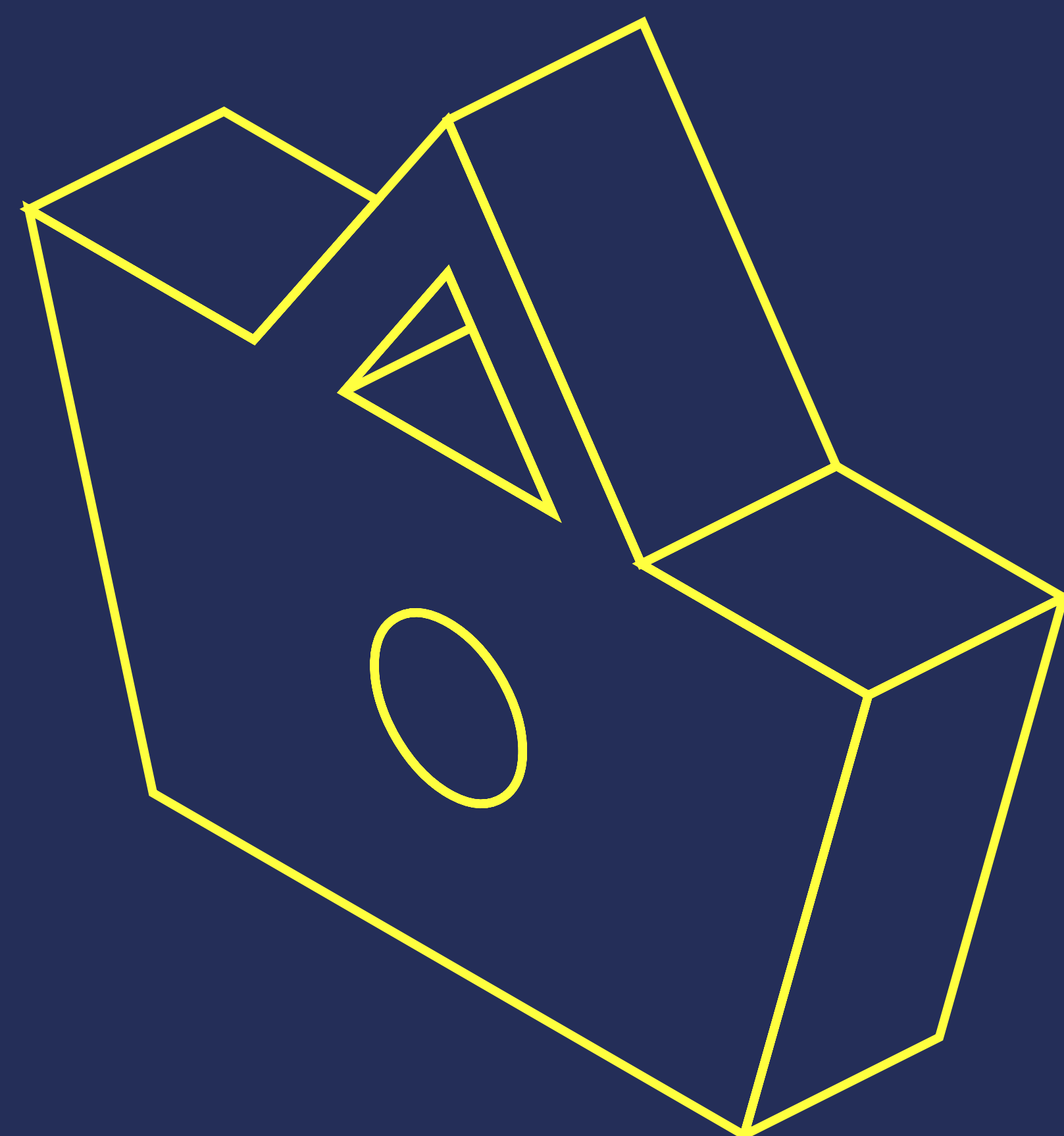


SEPHORA



SKANSKA





RETAIL

ANALIZA RYNKU

15-LETNIE PROGNOZY ROZWOJU

- Handel detaliczny artykułami RTV, AGD i sprzętem elektronicznym w Polsce
- Handel detaliczny produktami Food to Go w Polsce
- Handel detaliczny artykułami kosmetycznymi w Polsce
- Handel detaliczny artykułami DIY w Polsce
- Handel detaliczny artykułami wyposażenia wnętrz w Polsce
- Rynek HoReCa w Polsce (dodatkowa aktualizacja danych: marzec, wrzesień, grudzień)
- Handel detaliczny artykułami spożywczymi w Polsce
- Handel detaliczny odzieżą i obuwem w Polsce
- Handel detaliczny artykułami sportowymi w Polsce
- Handel detaliczny produktami dla dzieci w Polsce
- **Handel internetowy** w Polsce (dodatkowa aktualizacja danych: marzec)
- Rynek cateringu dietetycznego w Polsce
- Handel detaliczny artykułami nieżywnościowymi w Polsce
- Rynek opieki i produktów dla zwierząt w Polsce
- Rynek dostaw do HoReCa w Polsce
- Rynek dyskontów niespożywczych w Polsce
- **Diet catering** market in Czech Republic
- **Clothing and footwear** retail market in Czech Republic
- Tygodnik: **PMR Retail Insight** (Poland, Hungary, Romania, Slovakia, Czech Republic)

NOWOŚCI



KONTAKT:

Anna Bukowska

Business Development Manager

tel.: +48 605 834 000

anna.bukowska@pmrmarketexperts.com



BIURO

Królewska 57
30-081 Kraków, Polska



KONTAKT

tel.: +48 609 290 093
+48 782 011 000
sales@pmrcorporate.com
info@pmrcorporate.com



WWW

pmrmarketexperts.com
mypmr.pro
humes.pl