



Growth
from
Knowledge

Rynek gastronomiczny w Polsce 2019

Oferta zakupu raportu



Informacje zastrzeżone jako tajemnica przedsiębiorstwa

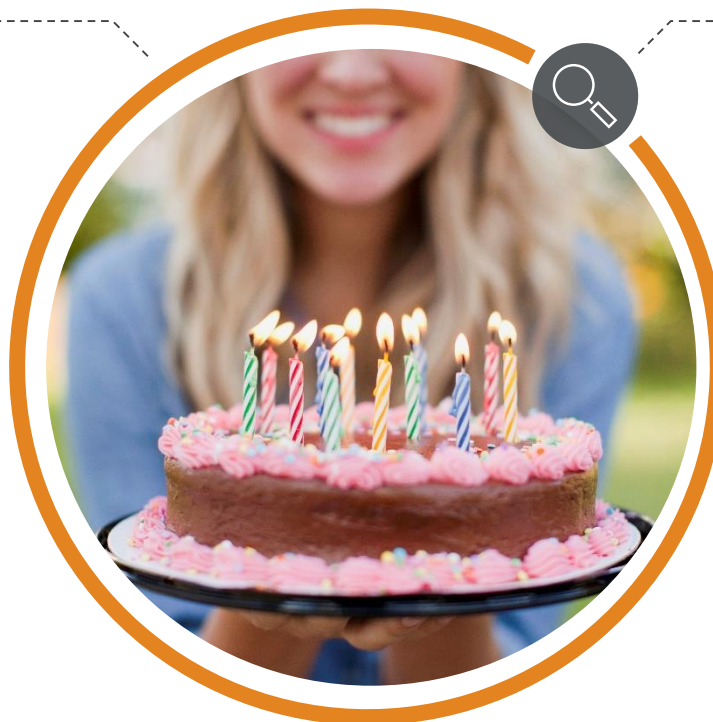


Rynek gastronomiczny w Polsce 2019



Zapraszamy do zapoznania się z ofertą zakupu tegorocznej jubileuszowej edycji projektu syndykatowego opisującego **rynek gastronomiczny w Polsce – edycja 2019**.

„Rynek gastronomiczny w Polsce” to **opracowanie syndykatowe**, przygotowywane przez GfK Polonia **co roku już od 20 lat**.



Nasz raport zawiera **unikatowy i kompleksowy opis rynku** gastronomicznego z perspektywy **właścicieli i kierowników** lokali gastronomicznych oraz **konsumentów** odwiedzających poszczególne lokale.

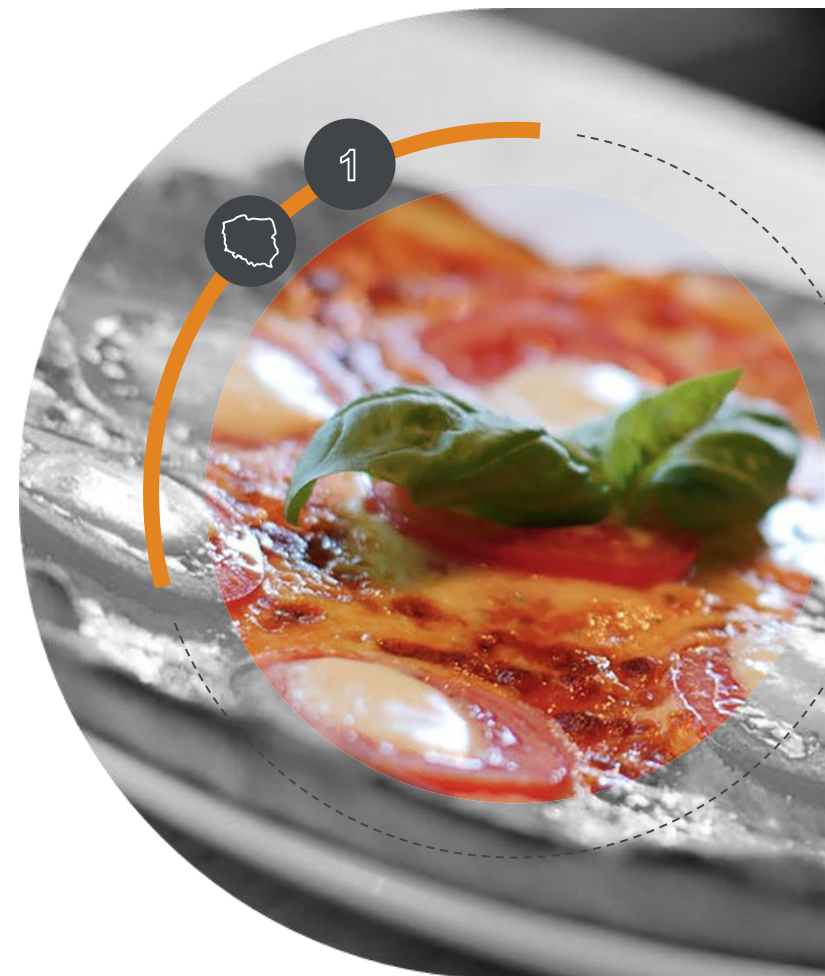
Rynek gastronomiczny w Polsce 2019

Zakres Raportu Ogólnego (1/4)



STRATEGICZNY OPIS RYNKU (uaktualnienie vs. 2018)

- Szacunkowa **liczba lokali** gastronomicznych ¹
- Liczba lokali gastronomicznych **w podziale na typy** (segmenty rynku) ¹
- Liczba lokali i wartość sprzedaży w **Top 15 sieci gastronomicznych** ¹
- Liczba lokali w **pozostałych głównych sieciach** gastronomicznych w podziale na typy lokali
- **Wartość rynku** (sprzedaż) ¹ oraz podsumowanie długoterminowej dynamiki rynku*
- Koncentracja sprzedaży w **podziale na typy lokali** ¹
- **Udział w sprzedaży** najważniejszych **kategorii produktów** w podziale na typy lokali ¹
- Średnia dzienna **liczba rachunków** wg typów lokali ¹
- Średnia **wartość zamówienia** wg typów lokali ¹
- Kluczowe **wskaźniki ekonomiczne** dla Polski (dynamika PKB, średnia wysokość wynagrodzenia, stopa bezrobocia, inflacja – ogółem i dla kategorii kluczowych dla gastronomii, udział wydatków na gastronomię w wydatkach gospodarstw, wskaźniki koniunktury w branży HoReCa, itp.)
- **Siła nabywcza** na FMCG (Polska na tle Europy) i usługi gastronomiczne (total Polska, województwa i powiaty) ¹
- Barometr nastroju restauratorów (syntetyczny **Indeks oparty na opiniach** przedstawicieli **lokali gastronomicznych**)
- Analiza **współzależności** między kluczowymi **zmiennymi opisującymi rynek gastronomiczny** a jego **otoczeniem** makroekonomicznym



¹ Estymacja GfK

Rynek gastronomiczny w Polsce 2019

Zakres Raportu Ogólnego (2/4)



CHARAKTERYSTYKA KONSUMENTA I JEGO PREFERENCJI DOTYCZĄCYCH KORZYSTANIA Z GASTRONOMII (uaktualnienie vs. 2018)

- **Odsetek % Polaków odwiedzających** lokale gastronomiczne (wg typów lokali oraz największych sieci gastronomicznych)
- **Profile socjo-demograficzne** odwiedzających poszczególne typy/ sieci gastronomiczne
- **Okazje** odwiedzania lokali gastronomicznych (wg typów/ sieci)
- **Częstotliwość** odwiedzania lokali gastronomicznych (wg typów/ sieci)
- **Średnie wydatki** w lokalach gastronomicznych (wg typów/ sieci)
- **Kategorie produktów/** rodzaje posiłków kupowane w lokalach gastronomicznych (wg typów/ sieci)
- **Kluczowe marki/ produkty**, które powinny być obecne w każdym lokalu gastronomicznym („must be brands”) dla wybranych kategorii produktów (wody, napoje, kawa, herbata, lody, piwo, wino, wódka, whisky, papierosy)
- **Odwiedzanie** lokali gastronomicznych zlokalizowanych w **food courtach** centrów handlowych
- **Zamawianie dań „na wynos”** w lokalach gastronomicznych
- **Zamawianie** posiłków przez **telefon i Internet** oraz typy lokali/ sieci, z których najczęściej są zamawiane
- **Okazje** zamawiania jedzenia przez telefon, Internet
- **Kryteria wyboru** odwiedzanych lokali gastronomicznych (wg typów/ sieci)
- **Powody nieodwiedzania** lokali gastronomicznych



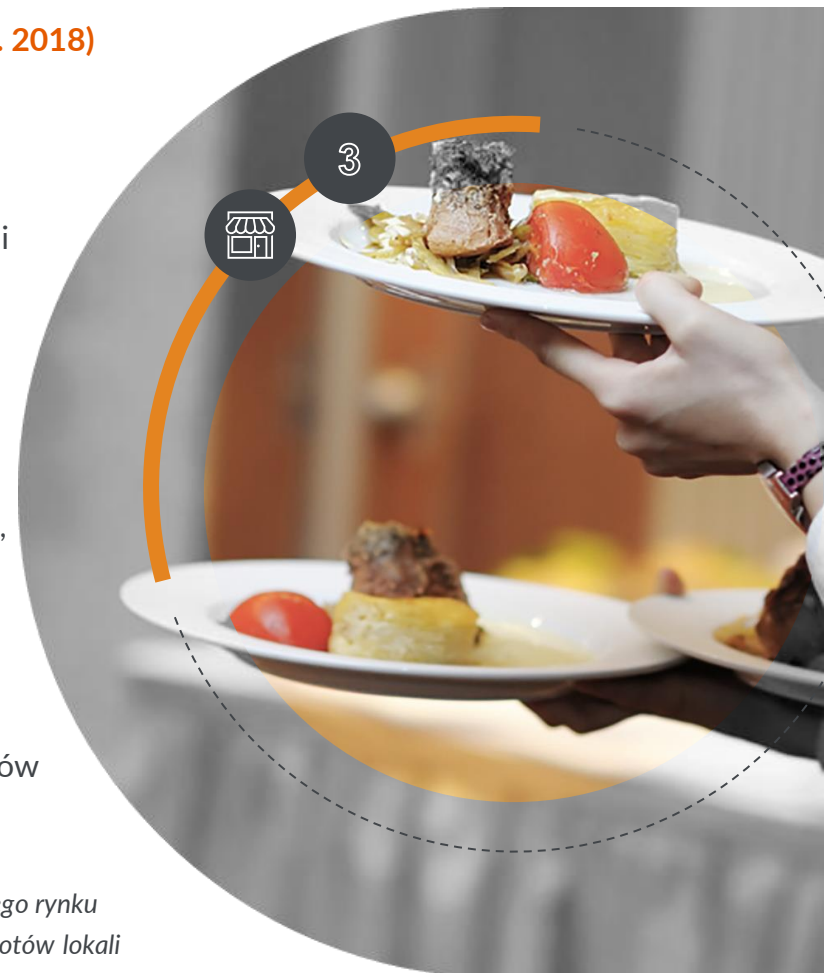
Rynek gastronomiczny w Polsce 2019

Zakres Raportu Ogólnego (3/4)



CHARAKTERYSTYKA DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ LOKALI GASTRONOMICZNYCH (uaktualnienie vs. 2018)

- **Dystrybucja** wybranych kategorii produktów w lokalach gastronomicznych
 - **Źródła zaopatrzenia** (typy dostawców) lokali gastronomicznych dla wybranych kategorii produktów
 - **Częstotliwość zakupów** wybranych kategorii produktów
 - **Udział procentowy zakupów** towaru u poszczególnych typów dostawców wybranych ogólnych kategorii produktów (żywność, napoje, papierosy, alkohol, detergenty / środki czystości)
 - **Kryteria wyboru dostawcy** (ważność kryteriów); zmiana dostawcy / kryteria wyboru nowego dostawcy
 - **Produkty:**
 - **Kryteria wyboru marki** dla wybranych kategorii produktów
 - **Kluczowe marki/produkty**, które powinny być obecne w każdym punkcie gastronomicznym – „must be brands” dla wybranych kategorii produktów (wody mineralne, napoje, kawa, herbata, lody, piwo, wino, cydr, wódka, whisky, papierosy)
 - **Źródła informacji** o nowych produktach
 - **Umowy na wyłączność** z producentami dla wybranych kategorii produktów; zalety posiadania umów na wyłączność
 - **Rodzaje wsparcia promocyjnego** oczekiwanego przez lokale gastronomiczne od producentów/ dostawców
 - **Przedstawiciele handlowi** – odwiedzanie i ocena zadań
- Począwszy od roku 2019 GfK wprowadza zmianę w metodologii szacowania rynku, a co za tym idzie korektę szacunku wartości całego rynku gastronomicznego, wartości poszczególnych segmentów oraz udziałów kategorii. Wprowadzona zmiana uwzględnia sezonowość obrotów lokali nadal bazując na pomiarze dokonywanym jednokrotnie.
- Od tego roku również dane prezentowane będą łącznie dla całego rynku, bez osobnych części dla lokali całorocznych i sezonowych.



Rynek gastronomiczny w Polsce 2019

Zakres Raportu Ogólnego (4/4)



TRENDY ZWIĄZANE Z CHARAKTERYSTYKĄ LOKALI (uaktualnienie vs. 2018)

- Odsetek % lokali gastronomicznych posiadających **licencję na sprzedaż alkoholu**
- Posiadanie **ogródka**
- **Rodzaje potraw** oferowane w lokalach
- Formy **składania zamówień towaru przez Internet**
- Posiadanie **strony internetowej / profilu lokalu w serwisach społecznościowych**
- Obecność w serwisach internetowych do zamawiania jedzenia: Pyszne.pl, PizzaPortal, UberEats
- Uczestnictwo w **programach lojalnościowych**
- Oferowanie przez lokal **promocji** i ich rodzaje
- Możliwość **składania zamówień** przez klientów z wykorzystaniem **Internetu lub przez telefon**
- Oferowanie opcji „**na wynos**” i **dostawy**
- Opinie restauratorów na temat **perspektyw rozwoju rynku gastronomicznego**

WIDOCZNOŚĆ MAREK Z PERSPEKTYWY KONSUMENTA – obserwacja ankierska

- **Obserwacja ankierska marek w wybranych kategoriach produktów:** wody, napoje, lody, herbata, kawa, piwo, wino, wódka, whisky, papierosy



Rynek gastronomiczny w Polsce 2019



Metodologia



Strategiczny opis rynku (liczba lokali gastronomicznych, wartość rynku, najwięksi gracze rynkowi)

Badania pierwotne:

- Liczenie i oszacowanie liczby lokali gastronomicznych oraz udziałów poszczególnych segmentów

Badania gabinetowe:

- Analiza dostępnych źródeł informacji (oficjalne dane statystyczne GUS, Eurostat, prasa branżowa, Internet itd.)



Charakterystyka działalności operacyjnej

Badania pierwotne:

- 856 wywiadów face-to-face z właścicielami/managerami lokali gastronomicznych całorocznych oraz sezonowych
- Lokale gastronomiczne: restauracje, restauracje hotelowe, kawiarnie, puby, kluby/dyskoteki, fast foody, bary/lunch bary, lokale sezonowe



Charakterystyka konsumentów

Badania pierwotne:

- 2000 wywiadów face-to-face na reprezentatywnej próbie Polaków – badanie typu Omnibus (2 fale)

Rynek gastronomiczny w Polsce 2019

Warunki zamówienia



Raport w formie prezentacji Power Point oraz Pdf udostępniamy **w wersji elektronicznej**

Dwie wersje językowe (polska i angielska)

Data publikacji raportu: 29 listopada 2019

Poziom inwestycji: 18 000 PLN + VAT

W przypadku zainteresowania zakupem raportu prosimy o wypełnienie, podpisanie i odesłanie skanu załączonego do oferty **formularza zamówienia** na adres email:

Dorota Żukowska
dorota.zukowska@gfk.com

Marta Kudrewicz
marta.kudrewicz@gfk.com