Warszawa, 18 marca 2024 r.

**Barometr Providenta: Tegoroczna Wielkanoc dla co czwartego Polaka będzie droższa niż w ubiegłych latach**

**W tym roku Polacy planują przeznaczyć średnio 568,8 zł na święta wielkanocne. To o 30 zł mniej niż w zeszłym roku. Niemal połowa z nich przewiduje, że koszty zbliżającej się Wielkanocy będą porównywalne do tych w poprzednich latach, a więcej niż co czwarty spodziewa się większych wydatków.**

Aż 82,4% respondentów, którzy zadeklarowali, że tej wiosny Wielkanoc będzie dla nich kosztowniejsza, jako główny czynnik wskazali inflację i podwyżkę cen produktów. To dokładnie 10 pp. mniej niż w 2023 r. Wydatki niższe lub podobne do tych ubiegłorocznych Polacy zawdzięczają odpowiedzialnemu zarządzaniu domowym budżetem: ponad połowa ankietowanych zamierza oszczędzać na produktach i uważniej przyglądać się cenom.

– *Według najnowszej edycji cyklicznego Barometru Providenta, łącznie 56,3 proc. osób planuje utrzymać koszty tegorocznej Wielkanocy na niższym lub takim samym poziomie jak w poprzednich latach –* mówi Karolina Łuczak, Rzeczniczka Prasowa Provident Polska. – *Wśród nich, 31,4 proc. zaoszczędzi, kupując tańsze zamienniki, 30 proc. skorzysta z promocji, natomiast 32,4 proc. (dokładnie tyle samo co w 2023 r.) nie kupi wszystkich potrzebnych produktów. Prawie co piąty badany ograniczy wydatki celebrując w mniejszym gronie* *–* dodaje Karolina Łuczak.

**Kto wyda więcej?**

Tegoroczną Wielkanoc finansowo najmocniej odczują mieszkańcy województwa lubuskiego, którzy wydadzą 838 zł, a także ankietowani w wieku 45-54 lat, deklarujący średnie wydatki rzędu 625 zł. Co ciekawe, aż 46,7 proc. najmłodszych ankietowanych w przedziale 18-24 lata w ogóle nie obchodzi świąt wielkanocnych. Z drugiej strony, 17 proc. z nich wybiera podróżowanie, co może być przyczyną większych wydatków okołoświątecznych tej grupy badanych. Ostatecznie, budżety osób z tej grupy są zdecydowanie najniższe i wyniosą w tym roku ok. 263 zł.

Niemal co dziesiąta osoba wiąże wyższe koszty Wielkanocy z rolą gospodarza, a 6,6 proc. badanych wzmożone wydatki usprawiedliwia powiększeniem się rodziny. Jednocześnie, niemal 13 proc. ankietowanych zdecyduje się w tym roku na droższe produkty. Takiej odpowiedzi udzielił prawie co trzeci (29,9 proc.) Polak w wieku od 18 do 24 lat oraz co szósty (17,3 proc.) z grupy 45-54 lata.

*– Niezależnie od wieku i miejsca zamieszkania, inflacja i wzrost cen są głównymi przyczynami większych wydatków każdej grupy badawczej* – mówi Karolina Łuczak. – *Najczęstszym sposobem na obniżenie budżetu jest wybór tańszych zamienników – mistrzami tej metody oszczędzania są osoby w wieku 45-55 lat (62 proc.), a także mężczyźni – wykorzystuje ją 45,7 proc. z nich w porównaniu do 15 proc. kobiet. Z kolei panie częściej niż panowie rezygnują z zakupu wszystkich potrzebnych produktów (36 proc. wobec 29,5 proc. mężczyzn). Promocje są natomiast mocną stroną 60,7 proc. ankietowanych z grupy wiekowej 45-44 lata –* zauważa.

**Bez jajek i białej kiełbasy świąt nie będzie**

– *Ulubione potrawy są nieodłączną częścią świątecznych tradycji. Jak pokazuje Barometr Providenta, Polacy nie wyobrażają sobie Wielkanocy bez jajek i białej kiełbasy, które co roku znajdują się na samym szczycie podium – przepada za nim odpowiednio 84,6 proc. oraz 56,9 proc. badanych –* mówi Karolina Łuczak, Rzeczniczka Prasowa Provident Polska. *– Dla 53 proc. osób na świątecznym stole nie może zabraknąć żurku, a niewiele mniej, bo 49 proc. nie obejdzie się tego dnia bez wędlin – dodaje.*

Czym jednak byłyby święta bez deseru? W tej kategorii króluje sernik – faworyt 43,8 proc. Polaków. Babkę wybierze 37,7 proc. ankietowanych, a mazurka 22,6 proc. z nich.

**O badaniu:**

Barometr Providenta to cykliczne badanie Polaków, które pozwala na lepsze rozumienie zachowań i decyzji finansowych konsumentów. Badanie zostało zrealizowane przez Danae sp. z o.o. metodą CAWI na próbie N=1008 dorosłych Polaków, w lutym 2024 r.

\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*

Provident Polska SA jest częścią grupy finansowej International Personal Finance (IPF) notowanej na Londyńskiej Giełdzie Papierów Wartościowych. IPF działa w 11 krajach na całym świecie. W Polsce Provident działa od 1997 roku i jest największą firmą na rynku pozabankowych pożyczek gotówkowych. Prezesem zarządu jest Agnieszka Kłos-Siddiqui.

Provident Polska jest firmą multikanałową i multiproduktową - dociera do wszystkich grup klientów i oferuje szereg produktów: pożyczkę konsumencką dostępną w wariantach online, z obsługą domową lub samodzielną spłatą, a także kartę Provi Smart.

Jednym z filarów strategii biznesowej Providenta jest odpowiedzialne pożyczanie. W 2022 roku Provident zaprezentował piąty raport społeczny, w którym podsumowane zostały działania firmy w latach 2020-2021. Provident jest jedyną firmą pożyczkową, która przygotowuje raport CSR. Za lata 2014, 2015 oraz 2017, 2018, 2019 otrzymał tytuł „Etyczna Firma” przyznawany przez redakcję dziennika „Puls Biznesu”, a w roku 2020, 2022 i 2023 tytuł Super Etycznej Firmy. W 2015 roku, będąc jednym z największych reklamodawców sektora finansowego, Provident został sygnatariuszem Rady Reklamy. Firma dziesięciokrotnie została wyróżniona certyfikatem Top Employer (w latach 2013-2024).