

Poliska

na Talerzu 2015

Raport firmy MAKRO Cash & Carry

Co wybieramy – schabowego czy pizzę?

Stawiamy na jakość dań czy cenę?

Rekomendacji lokali szukamy u znajomych czy w Internecie?

Odpowiedzi na te i inne pytania przedstawiamy w piątej edycji raportu „Polska na Talerzu”, który przygotowała firma MAKRO Cash & Carry na podstawie badania opinii przeprowadzonego przez agencję badawczą IQS. Wyniki raportu „Polska na Talerzu” pozwalają określić trendy w jądaniu poza domem oraz stanowią źródło cennej wiedzy dla wszystkich tych, którzy prowadzą lub też planują otworzyć lokal gastronomiczny.

Raport podzielony jest na trzy części. Pierwsza dotyczy jądania „na mieście”, druga – odwiedzania kawiarni, trzecia – gotowania w domu. Każda z nich zawiera komentarze ekspertów, szefów kuchni oraz osób związanych z branżą gastronomiczną. Dzięki temu w szybki i prosty sposób możemy zapoznać się z interesującymi nas aspektami badania, a także poznać opinię ekspertów i porównać naszą interpretację wyników z ich spostrzeżeniami.

Magdalena Figurna, menedżer Działu PR i Komunikacji Wewnętrznej, MAKRO

Raport „Polska na Talerzu” odpowiada na kluczowe dla branży HoReCa pytania, m.in. jaki rodzaj kuchni Polacy lubią najbardziej, w jakich miejscach najczęściej jądają, gdzie szukają informacji o lokalu oraz jakimi kryteriami kierują się przy jego wyborze. Wyniki badania mogą więc być cenną wskazówką dla osób związanych z gastronomią oraz planujących rozpocząć swoją przygodę w tym trudnym i wymagającym biznesie. Znajomość zwyczajów żywieniowych i pojawiających się trendów pozwala trafniej odpowiedzieć na oczekiwania klientów, a co się z tym wiąże – wpłynąć na rozwój prowadzonej działalności.

Anna Kaczor, menedżer ds. grupy klientów HoReCa, MAKRO

Część pierwsza

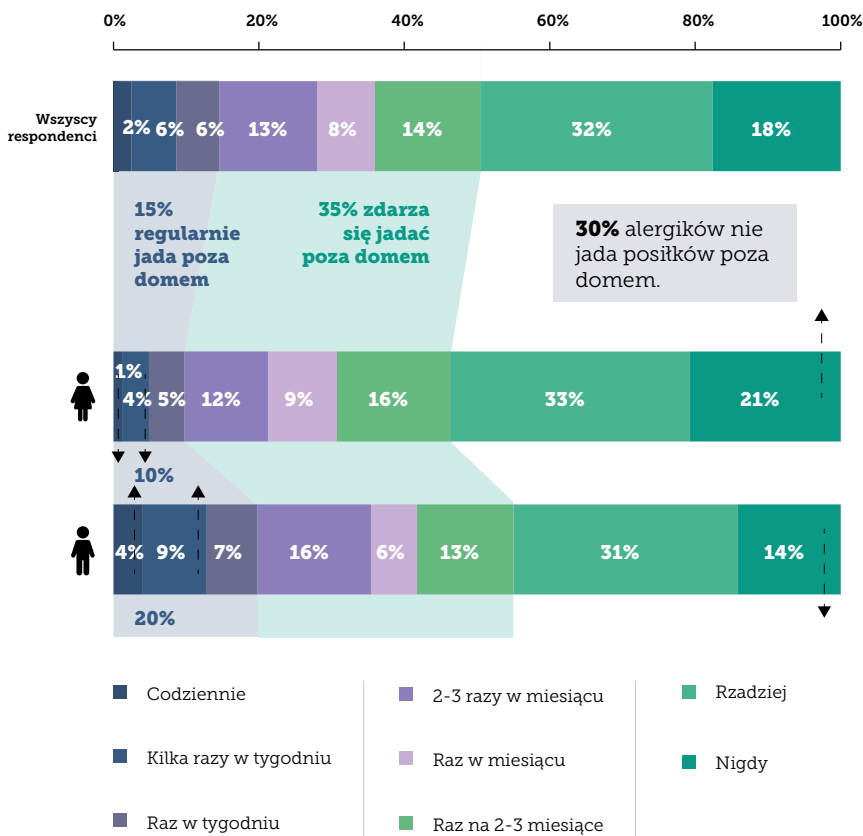
Trendy w jedaniu „na mieście”

15% REGULARNIE JADA „NA MIEŚCIE”

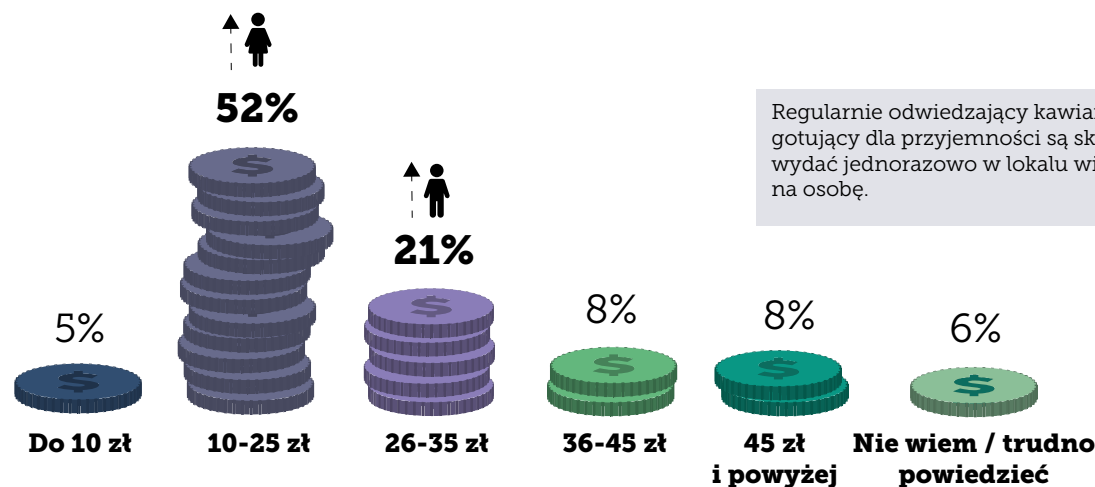


Marcin Piotrowski
szef kuchni restauracji
Totomato w Warszawie

15 proc. badanych regularnie jada posiłki poza domem, a 21 proc. przynajmniej 1-3 razy w miesiącu. To dobry wynik i uważam, że w kolejnych latach będziemy obserwować dalszy rozwój kultury jądania „na mieście”. Polacy coraz częściej odwiedzają lokale gastronomiczne (nie tylko „od święta”) i coraz bardziej przyglądają się temu, co jedzą i za ile. Musimy jednak pamiętać, że dobrym restauracjom trudno jest przygotować smaczny, zdrowy i atrakcyjny posiłek za 10 zł. Obniżanie cen zawsze wiąże się z rezygnacją z jakości. Na szczęście zauważalny jest wzrost grupy klientów ceniących jakość. To dobry trend świadczący o rosnącej świadomości zdrowotnej i konsumenckiej. Widać to chociażby w niektórych warszawskich lokalach. Restauracje, w których za lunch płacimy ok. 50 zł, mające pięciodaniowe menu, elegancki i profesjonalny serwis, bardzo często nie mają wolnych miejsc w porze lunchu. Natomiast w lokalu obok, reklamującym się ofertą za 10-18 zł, zajętych jest maksymalnie kilka stolików.



23 ZŁ - TYLE ŚREDNIO PŁACIMY ZA POSIŁEK NA OSOBĘ



Regularnie odwiedzający kawiarnie oraz często gotujący dla przyjemności są skłonni częściej wydać jednorazowo w lokalu więcej niż 45 zł na osobę.

Jak często jada Pani/Pan poza domem w restauracji lub innym lokalu gastronomicznym?*

Ile wydaje Pani/Pan średnio pieniędzy (na osobę) za posiłek poza domem?

↑ ↓ Różnice istotne statystycznie w stosunku do ogółu respondentów.

* Odsetki mogą nie sumować się do 100% ze względu na zaokrąglenia.

LUBIMY SPOTYKAĆ SIĘ ZE ZNAJOMYMI I JEŚĆ POZA DOMEM

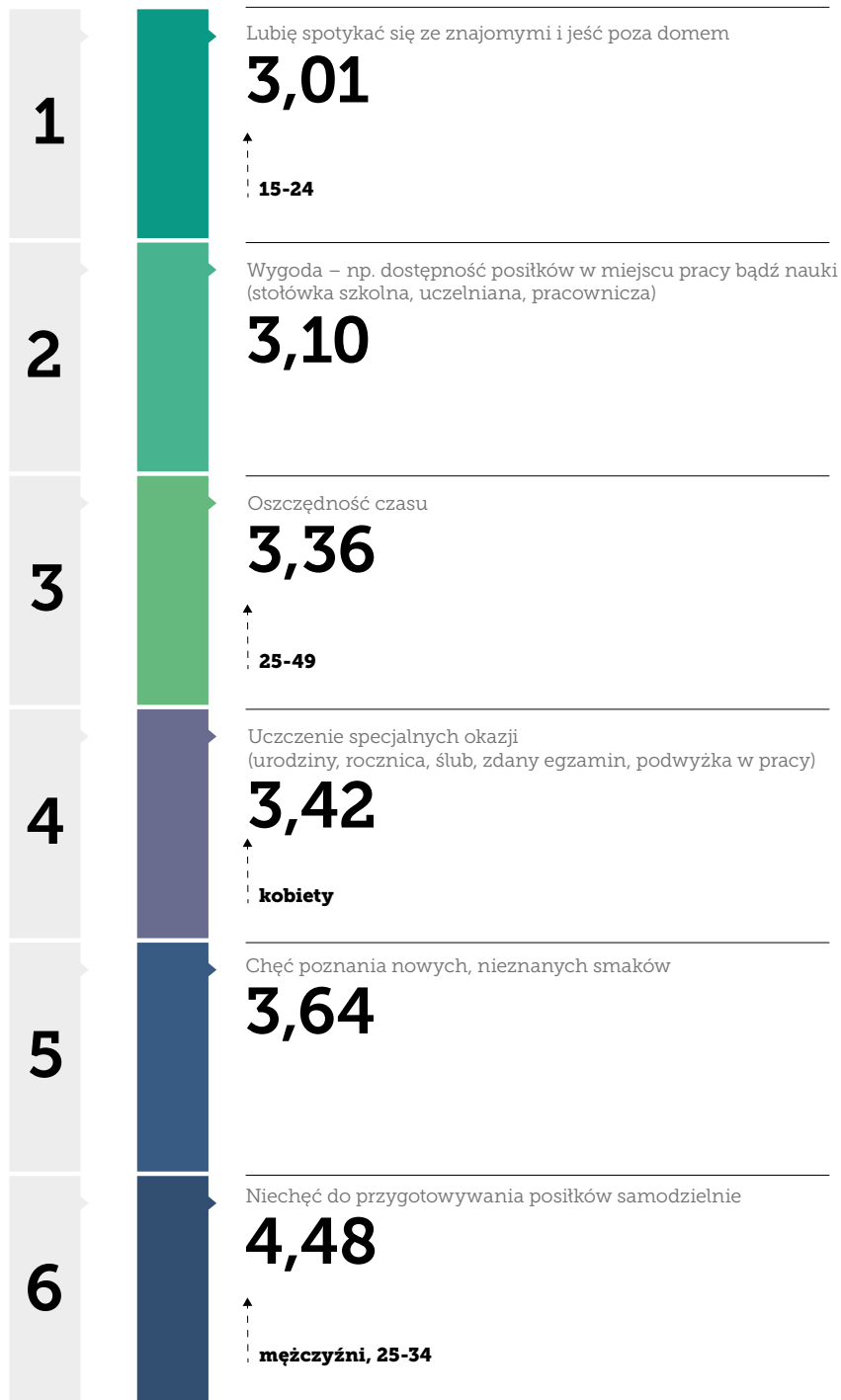


Dorota Minta
psycholog

Patrząc na wyniki badania, można stwierdzić, że jedzenie posiłku „na mieście” ma dla nas silny kontekst społeczny. Wyraźnie widać, że chcemy spotykać się z ludźmi, siadać przy wspólnym stole. Stąd zapewne obecna na naszym rynku od kilku lat popularność restauracji, w których można znaleźć wielki stół. Siadamy przy takim stole ze znajomymi i przyjaciółmi, którzy często dla ludzi w dużych miastach są substytutem rodziny. Brakuje nam celebry rodzinnych spotkań przy wielkim stole - codziennych obiadów i odświętnych spotkań. Stąd dla wielu, szczególnie młodych, mieszkańców dużych miast potrzeba chodzenia do różnych miejsc gastronomicznych. Zapewne dla części z nas wyjście do restauracji jest świadectwem prestiżu i awansu społecznego. To dlatego zapraszamy na obiady komunijne, imieniny i rocznice ślubów nasze ciotki, teściów i kuzynów. Mniejszym priorytetem dla Polaków jest chodzenie do restauracji w poszukiwaniu nowych smaków. Ktoś powie, jakie ma znaczenie, czy szukamy nowych smaków? Ale to taki sam mechanizm, który otwiera nas na zmiany w życiu w ogóle. Raz sięgniemy po nową potrawę, a kolejnym razem nie będziemy się obawiali współpracy z osobami innej narodowości, przeprowadzki do innego miasta albo zmiany pracy. Myślę, że warto na chwilę zatrzymać się nad tą kategorią i spojrzeć na własne przyzwyczajenia i wybory.

Średnia odpowiedzi, gdzie 1 oznacza – główny powód, a 5 oznacza powód najmniej związany z respondentem

Ranga Średnia odpowiedzi

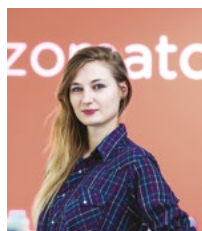
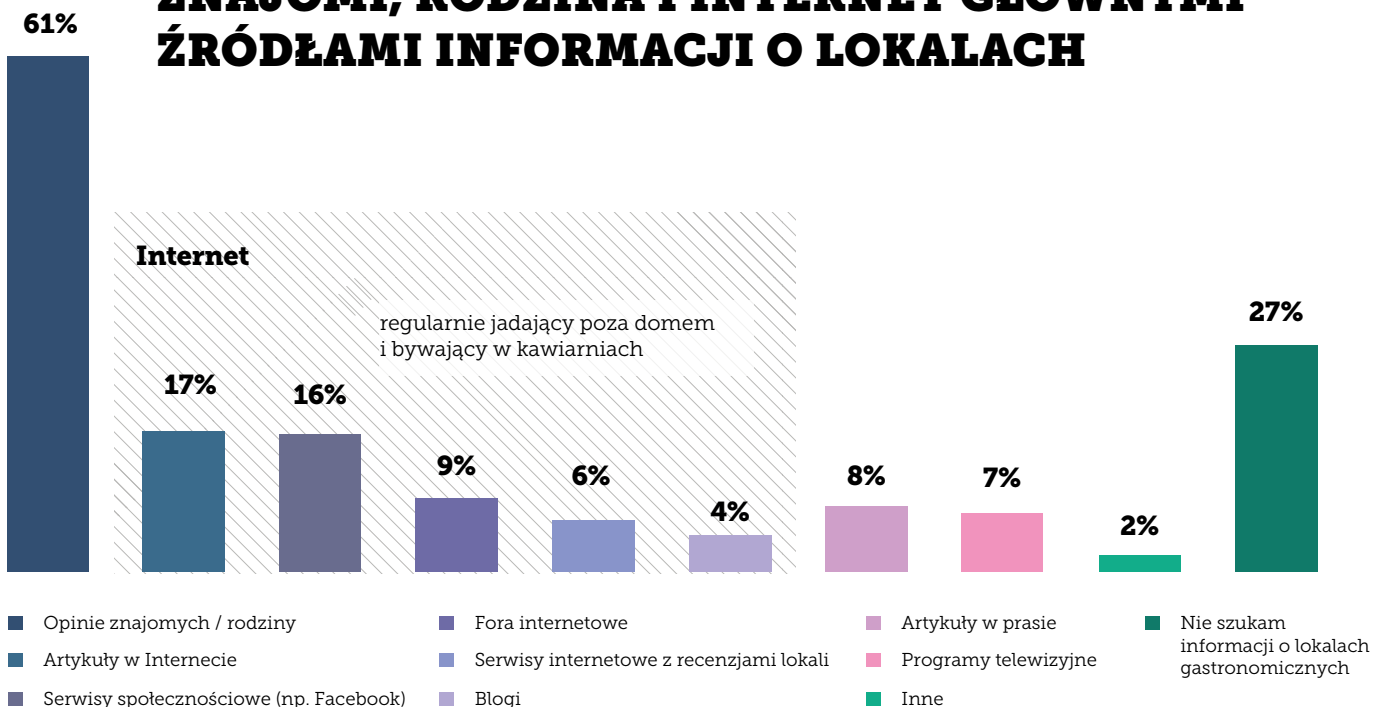


Jakie są główne powody tego, że jada Pani/Pan poza domem?

↑ ↓ Różnice istotne statystycznie w stosunku do ogółu respondentów.



ZNAJOMI, RODZINA I INTERNET GŁÓWNYMI ŹRÓDŁAMI INFORMACJI O LOKALACH



Monika Rostonic
community manager portalu Zomato

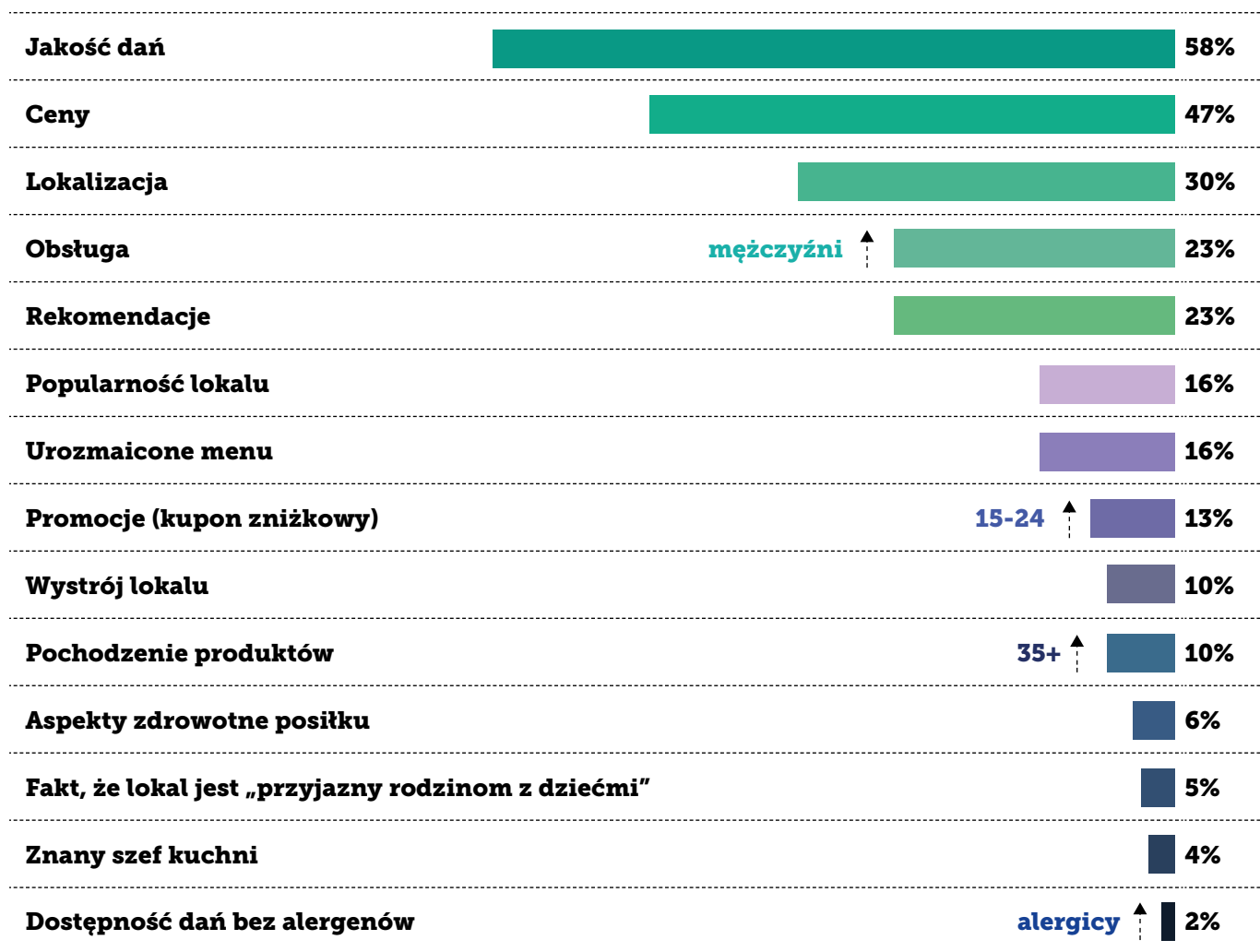
Bardzo cieszymy się z tego, jak rozwija się kultura gastronomiczna w Polsce. Coraz bardziej doceniamy produkty dobrej jakości, lepiej się odżywiamy i jemy więcej poza domem. W Zomato skupiamy ludzi, którzy są pasjonatami jedzenia i kształtują naszą scenę gastronomiczną. Obserwujemy duże zainteresowanie wyszukiwaniem informacji o restauracjach

w Internecie. Nadal rekomendacje naszych znajomych i rodziny są najważniejsze, ale często konsultujemy je właśnie online. Zomato udostępnia np. funkcję śledzenia znajomych smakoszy i wyświetlanie recenzji osób, które obserwujemy, dzięki czemu możemy dokonać wyboru opartego na osobistych preferencjach. Dodatkowo w Internecie sprawdzamy menu, godziny otwarcia, adres i sposób dojazdu. Tutaj coraz większą rolę odgrywają aplikacje mobilne, które pozwalają szybko sprawdzić trasę i wyszukać najbliższe lokale. Dlatego też nasze decyzje o wyborze restauracji w coraz większym stopniu przenoszą się z obszaru offline do online.

Gdzie szuka Pani/Pan informacji o lokalach gastronomicznych?



Różnice istotne statystycznie w stosunku do ogółu respondentów.

JAKOŚĆ DAŃ NAJWAŻNIEJSZA PRZY WYBORZE LOKALU

Marcin Piotrowski
szef kuchni restauracji Totomato w Warszawie

Głównym kryterium wyboru lokalu jest jakość serwowanych w nim dań. Niestety część restauratorów uważa, że wysoka jakość wiąże się z bardzo wysoką ceną, która odstraszy klientów. Nie jest to prawda. Wystarczy zaopatrywać się u lokalnych dostawców i wybierać produkty sezonowe.

Ważne jest również zwracanie uwagi na pochodzenie tych produktów np. na obszar potowu ryb. Klienci gotowi są zapłacić za smaczne i jakościowe danie, ale szybko wyczują, gdy chce się ich oszukać. Dlatego uczciwość i wiarygodność to podstawa. Warto również pamiętać, że gość nie przychodzi tylko zjeść - przychodzi „kupić” jedzenie, obsługę, atmosferę, historię miejsca i produktu.

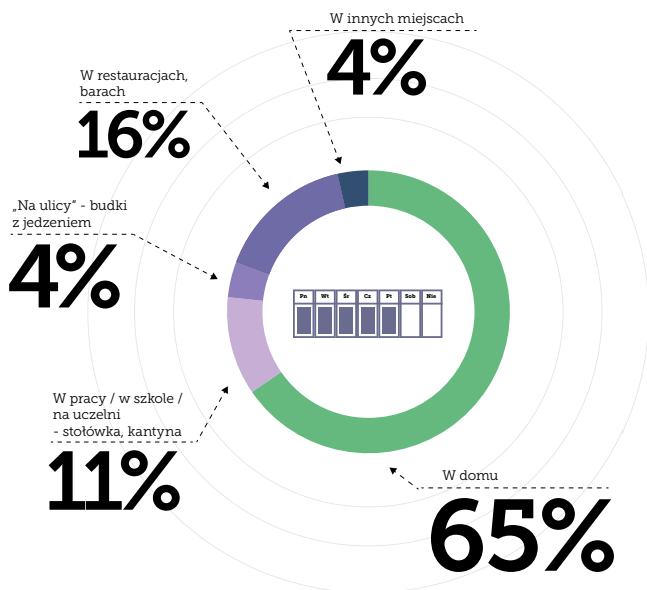
Czym kieruje się Pani/Pan przy wyborze lokalu, w którym Pani/Pan jada?



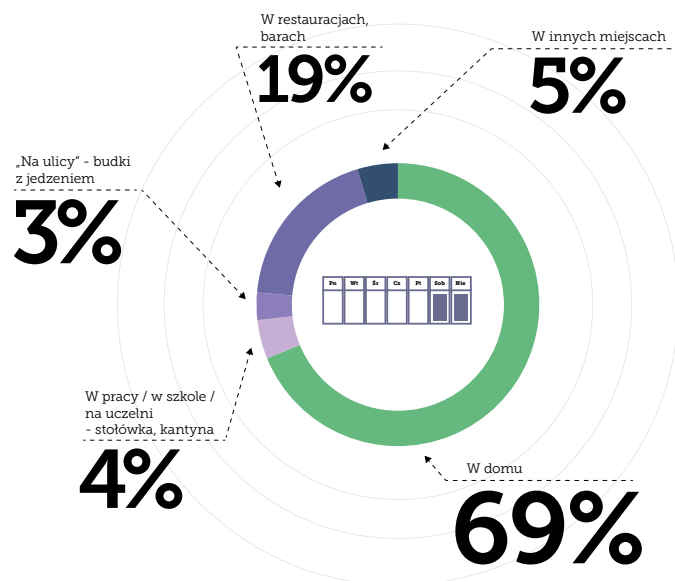
Różnice istotne statystycznie w stosunku do ogółu respondentów.

CO TRZECIA OSOBA JADA POZA DOMEM W TYGODNIU I W WEEKEND

W ciągu tygodnia:



W weekend:



Małgorzata Minta
dziennikarka „Gazety Wyborczej”,
autorka bloga MintaEats.com

Nadal najczęściej jadamy w domach, ale interesująca jest obserwacja, że niemal równie często poza domem jadamy w weekendy, jak i w dni robocze. Jadanie poza domem niekoniecznie musi się więc wiązać z celebrowaniem okazji czy specjalnymi wydarzeniami, ale nabiera bardziej codziennego wymiaru i zaczyna wpisywać się w codzienny tryb życia. Przejawem tego jest silny rozwój ofert „lunchowych” w lokalach z różnej półki cenowej (od lokali typu „casual” po lokale „fine dining”), a także, co jest kwestią ostatniego czasu, rozwój ofert śniadaniowych w lokalach w dużych miastach. Według wyników badania proporcjonalnie częściej lokale odwiedzają osoby młode, do 34. roku życia, dla których jedzenie „na mieście” jest nie tylko wygodnym rozwiązaniem, ale czasem staje się kolejną formą rozrywki czy formą wspólnie spędzanego czasu.

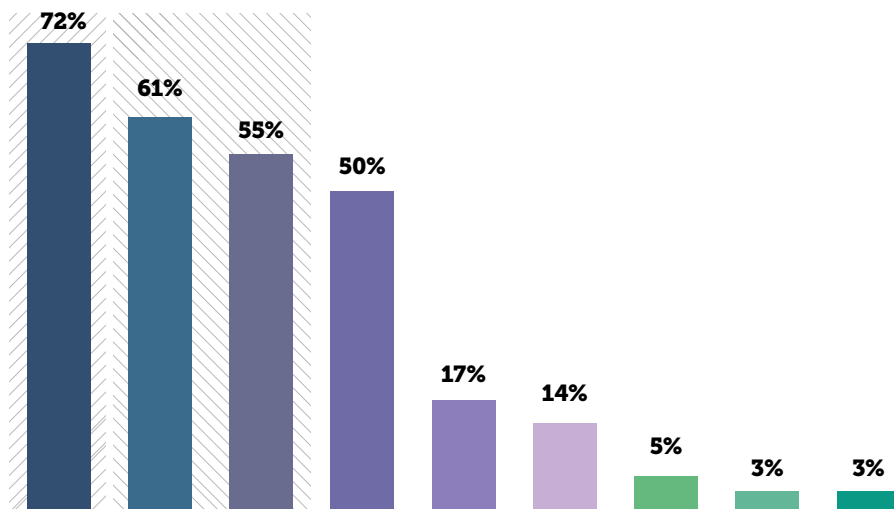


Jarosław Uściński
szef kuchni restauracji Moonsfera
w Warszawie, prezes OSSKiC

Okolo 70 proc. badanych jada posiłki w domu i tylko okazjonalnie odwiedza miejsca z obsługą kelnerską, a dla wielu wesela, komunie i inne rodzinne imprezy są do tego jedynym pretekstem. Średnia jadania w tygodniu poza domem jest dość niska. Wpływa na to m.in. zamożność naszego społeczeństwa. Dlatego w dalszym ciągu różnica między jądaniem „na mieście” w tygodniu i weekend nie jest duża. Oczywiście w większych aglomeracjach sytuacja jest inna. Kawiarnie, bary i dobrze ulokowane restauracje czy fast foody dobrze radzą sobie na rynku gastronomicznym. Z kolei weekend to nasiloną sprzedaż w różnego rodzaju lokalach w centrach handlowych czy klimatycznych restauracjach znajdujących się w pobliżu miast. Z drugiej strony weekend to również pretekst do jądania w domach i jedyna szansa na wspólne biesiadowanie w gronie rodzinnym.

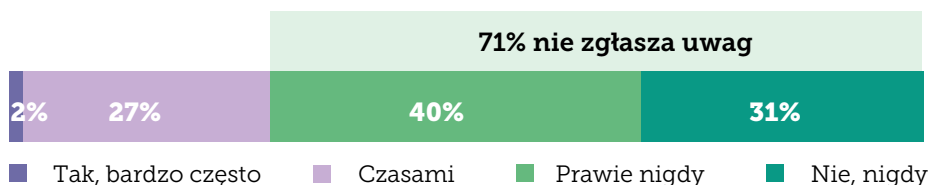
**W jakich proporcjach jada Pani/Pan wszystkie swoje posiłki w poszczególnych miejscach w ciągu tygodnia?
W jakich proporcjach jada Pani/Pan wszystkie swoje posiłki w poszczególnych miejscach w weekend?**

DO PONOWNEGO ODWIEDZENIA LOKALU ZNIECHĘCA NIE TYLKO NISKA JAKOŚĆ DAŃ



- **Jakość dań**
- **Obsługa** (nieuprzejmi, zbyt nachalni kelnerzy)
- **Brak czystości** (np. w toalecie)
- **Zbyt wysokie ceny**
- **Wystrój lokalu**
- **Lokalizacja**
- **Brak miejsca dla dzieci**
- **Inne**
- **Nie wiem / trudno powiedzieć**

NIE ZGŁASZAMY UWAG DO ZAMÓWIONEGO DANIA



Co zniechęca Panią/Pana do ponownego odwiedzenia danego lokalu?
Czy podczas jedzenia posiłków „na mieście” zdarza się Pani/Panu zgłaszać uwagi do otrzymanego posiłku?

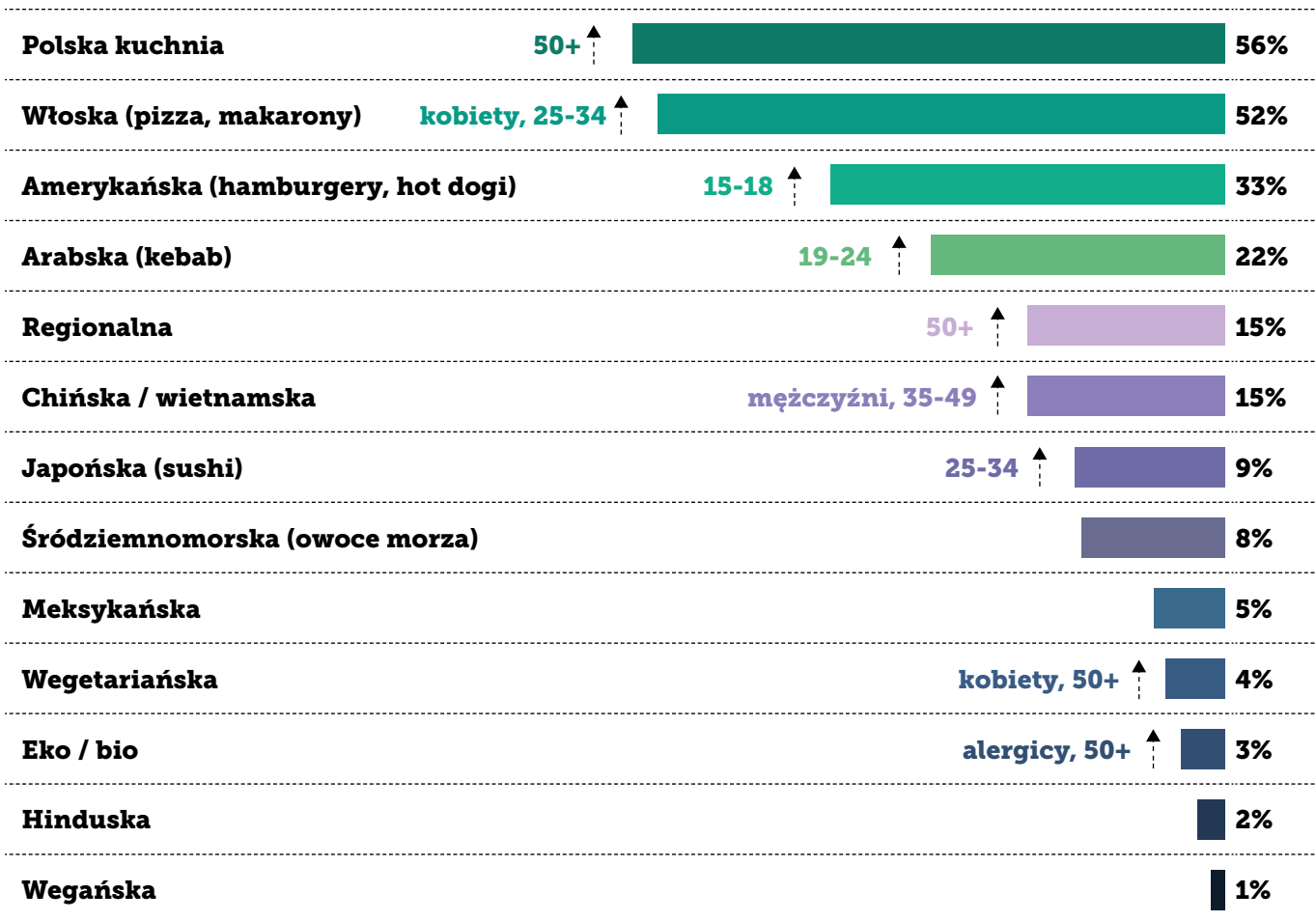


Anna Maria Sztutowicz
antropolożka
kultury z firmy
badawczej IQS

Wybierając lokal, bierzemy pod uwagę przede wszystkim jakość dań. Otrzymanie niesatysfakcjonującej potrawy niemal na pewno spowoduje, że nie wrócimy w dane miejsce. Cena i dogodna lokalizacja to kolejne najistotniejsze kryteria przy wyborze lokalu, ale warto zauważyć, że schodzą one na nieco dalszy plan w momencie, gdy już jesteśmy w restauracji i mamy możliwość ocenić pozostałe czynniki. Wtedy większe znaczenie zyskuje „czynnik ludzki” – rodzaj relacji nawiązanej z klientem. Jakość obsługi silniej determinuje consumer experience – to, jakim doświadczeniem okaże się dla nas wizyta w lokalu – niż choćby wystrój restauracji. Wydaje się, że popularne programy kulinarne mogą budować przekonanie, że za jakość nie tylko dania, ale i obsługi warto zapłacić.

Mimo że w przypadku oceny lokali gastronomicznych najważniejsza jest jakość potraw, to rzadko kiedy zdarza się, aby ktokolwiek zgłaszał uwagi do otrzymanego posiłku. Może to oznaczać niski poziom asertywności społeczeństwa na co dzień niejadającego poza domem, a więc czującego się niepewnie w takiej sytuacji. Badanie pokazuje, że młodzi są mniej skory zgłaszać uwagi do otrzymanego posiłku w lokalu. Bardziej niż nieśmiałości należy przypisać ten fakt używaniu innych niż starsze grupy wiekowe kanałów komunikowania swojego niezadowolenia – wolą oni negatywnie ocenić restaurację w dedykowanych ku temu serwisach czy odradzić ją znajomym na portalu społecznościowym.

KUCHNIA POLSKA I WŁOSKA KRÓLUJĄ



Janusz Janiec
współwłaściciel restauracji włoskiej
Pasta i basta w Warszawie

Kuchnia włoska jest prosta, demokratyczna i szybka. Nic więc dziwnego, że podbija nasze serca i dorównuje popularnością kuchni polskiej. Co jest jej sekretem? Włoskie dania powstają z łatwo dostępnych i świeżych produktów. Każdy może zostać w kwadrans

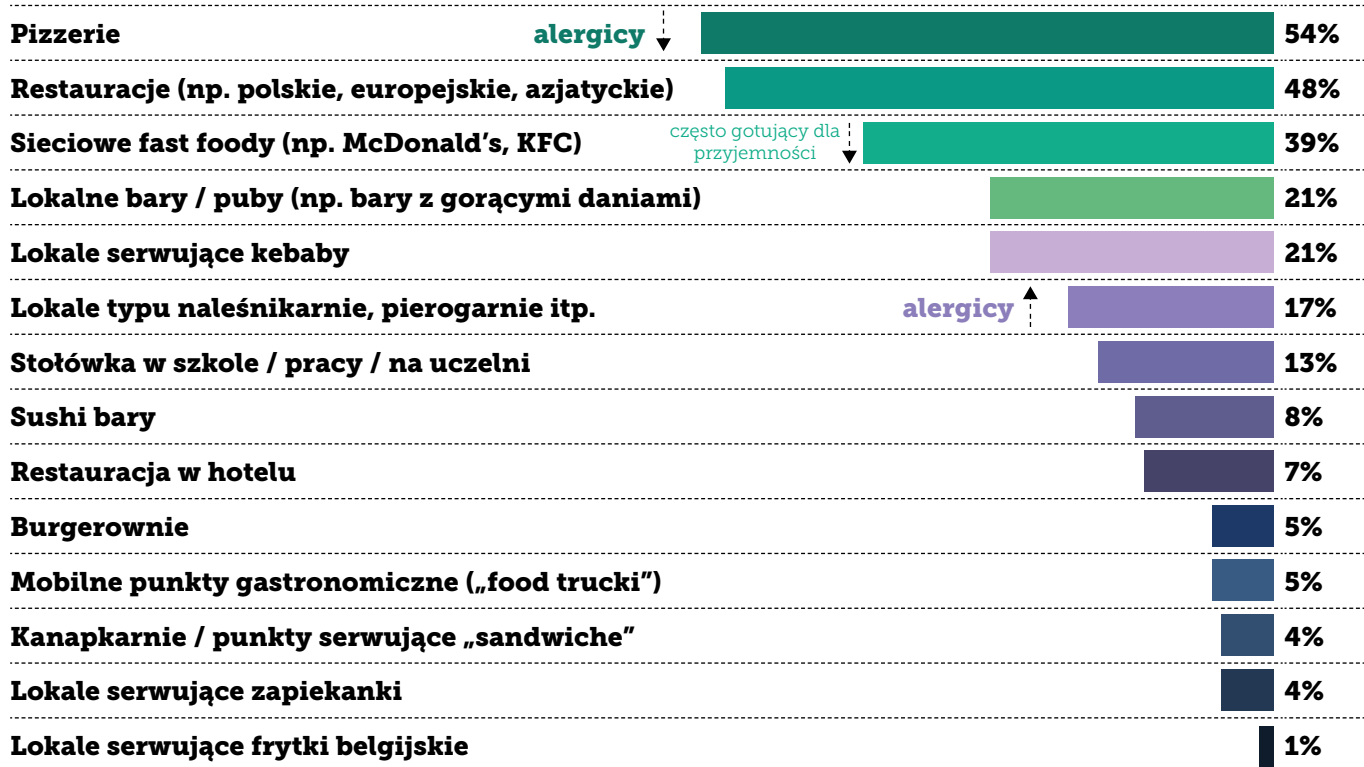
mistrzem włoskich makaronów. Właśnie dlatego młode Polki (to największa grupa naszych gości i największa grupa głosząca w badaniu za włoską kuchnią) już od 8 lat przyprowadzają do nas swoich chłopaków, narzeczonych i mężów, pytają nas o przepisy, chwala się swoimi kulinarnymi eksperymentami i opowiadają, co jadły w czasie częstych wyjazdów do Włoch (co też wpływa na popularność pasty i pizzy).

W lokalach z jaką kuchnią najczęściej Pani/Pan lubi jadać?



Różnice istotne statystycznie w stosunku do ogółu respondentów.

NAJCZĘŚCIEJ JEMY W PIZZERIACH, RESTAURACJACH I SIECIOWYCH FAST FOODACH



Agata Godlewska
redaktor naczelna magazynu
Food Service

Pizza pozostaje najbardziej demokratyczną potrawą świata, daniem bezpiecznym (wiemy, czego się spodziewać), tanim oraz szybkim w przygotowaniu – odpowiada więc na najważniejszą potrzebę klienta,

który jada poza domem – wygodę. Od kilku lat pizza przeżywa swoją drugą falę popularności związaną z powrotem do serwowania tej potrawy zgodnie z oryginalną, neapolitańską recepturą. Należy więc zapomnieć o grubym cieście i mnogości obcych dodatków, takich jak ananas czy pieczarki. Dziś restauracje, takie jak Pizzeria Bianco (Phoenix), Roberta's (Nowy Jork), Pizza East (Londyn) czy warszawska Mąka i Woda to destynacje dla smakoszy, których przyciąga nie

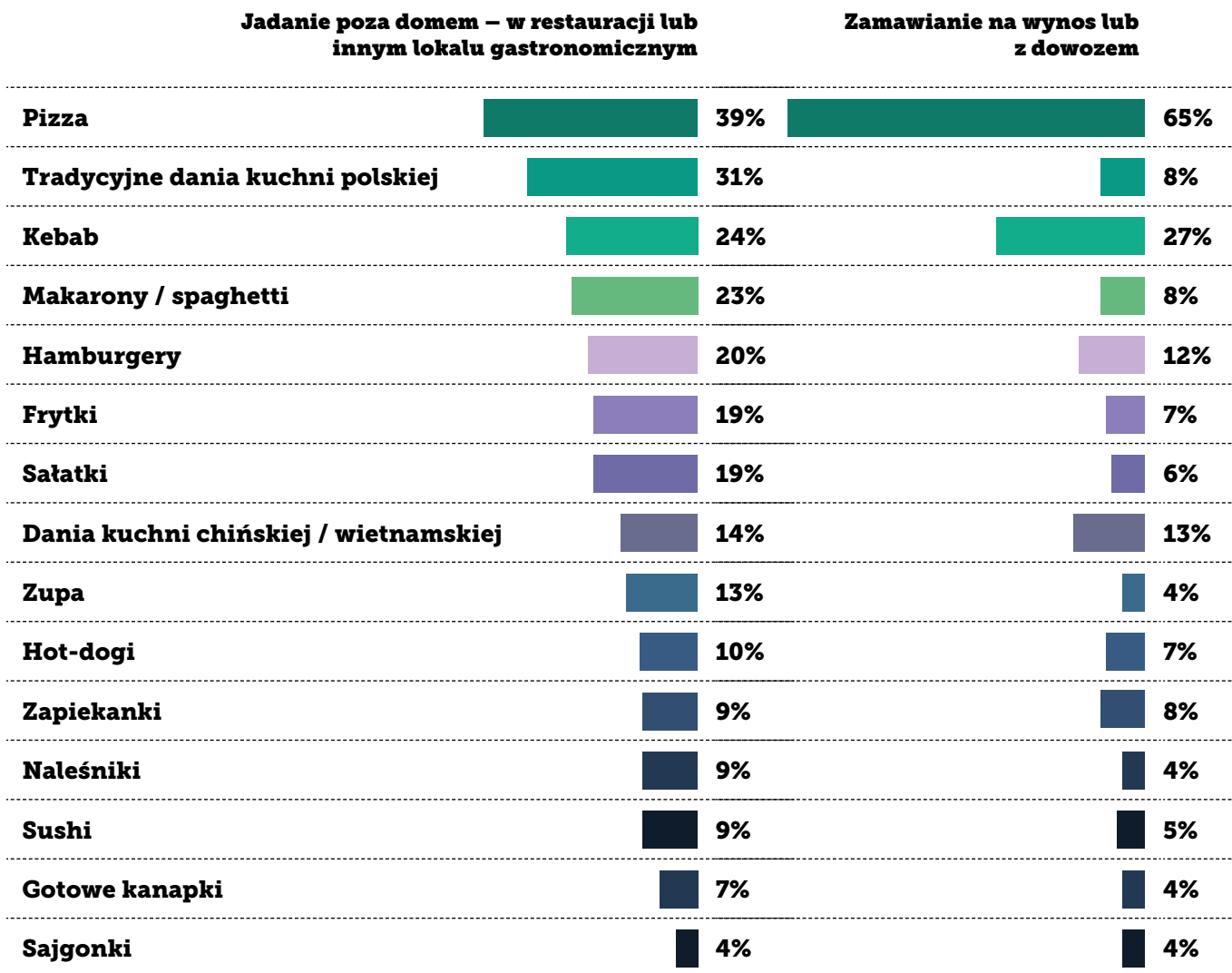
tylko rewelacyjny włoski placek, ale też autentyczność przygotowania (otwarta kuchnia, która pozwala obserwować, jak pizzaiolo wypiekają pizzę w piecu opalonym drewnem). Kolejną najgorętszą potrawą, której notowania rosną, jest burger, a raczej „gourmet burger”, który – podobnie jak pizza – awansował z dania fast food do fast casual. Oznacza to głównie tyle, że składniki dobierane do przygotowania burgera pozyskiwane są od lokalnych dostawców, mięso jest wysokiej jakości, a bułka często wypiekana w zaprzyjaźnionej piekarni wg autorskiej receptury. Taki upgrade burgera sprawił, że w ciągu ostatnich 2-3 lat zanotowaliśmy wysyp punktów gastronomicznych serwujących to danie. Co ciekawe, również restauracje (w tym hotelowe) włączyły go do swojego menu. Wpływowe miejsca z burgerami to m.in. Shake Shack (USA), Five Guys (USA), Hans im Glück (Niemcy), w Warszawie modę rozpoczęły m.in. Burger Bar, Warburger czy Barn Burger.

Jakie rodzaje lokali gastronomicznych odwiedza Pani/Pan najczęściej?



Różnice istotne statystycznie w stosunku do ogółu respondentów.

PIZZA W LOKALU I NA WYNOS



Jarosław Uściński
szef kuchni restauracji Moonsfera
w Warszawie, prezes OSSKiC

Częstość zamawiania zarówno w lokalu, jak i na wynos szybkich, prostych dań typu pizza czy kebab nie dziwi. Można przypuszczać, że ekonomia i brak czasu nadal mają wpływ na nasz gust i smak. Dlatego pizzerie, smażalnie, budki z ke-

babami są tak popularne. Ważnym czynnikiem jest też moda. Wzorem amerykańskich filmów zamawiamy dania kuchni chińskiej. Tego typu potrawy niestety zastępują nam chociażby smaczne i pożywne pasty, które wcale nie są droższe, ale zamówić je można w restauracji, co kojarzy nam się z wyższą ceną i długim czasem oczekiwania. Jest to oczywiście złudne, gdyż przygotowanie pizzy również trwa, a zamówienie do niej przystawki, sałatki czy napoju kończy się rachunkiem na ok. 50 zł. Optylizmem jednak napawa fakt, że jakość gastronomii rośnie i na tle Zachodu nie musimy się już wstydzić.

Jakiego typu potrawy najczęściej jada Pan/Pani poza domem?

Jakiego typu potrawy najczęściej zamawia Pan/Pani na wynos lub z dowozem?

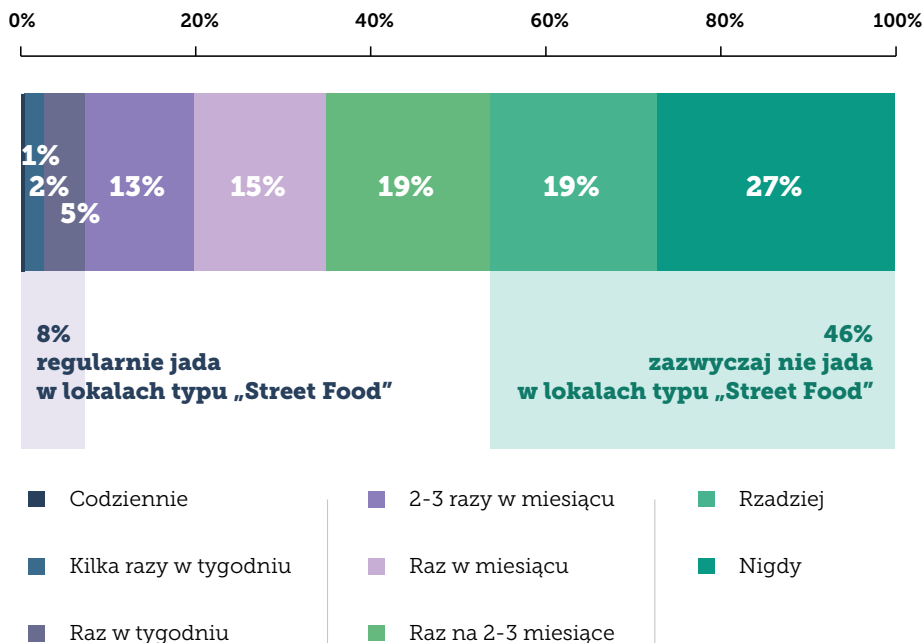
NIEMAL 50% JADA W LOKALACH „STREET FOOD”



Bartłomiej Pirkel Warburger

Lokale typu „Street Food” obsługują już połowę osób jedzących poza domem, a 8 proc. badanych należy do grupy

statych ich gości. Burgerownie są popularne w większych miastach od zaledwie 2-3 lat. Niektórzy nasi klienci nigdy wcześniej nie mieli okazji spróbować burgera z dobrej gatunkowo wołowiny czy dziczyzny. Cieszymy się, że coraz więcej naszych klientów to osoby, które do tej pory wolały kupić kebabą czy hotdoga na stacji benzynowej. Mamy oczywiście świadomość, że cena i dostępność lokali z kebabami, obecnych prawie na każdej ulicy, są decydujące dla wielu osób. Z moich obserwacji wynika jednak, że burgerownie wpisały się w mapę gastronomiczną Polski. Udało nam się przekonać rzeszę ludzi, że jakość produktów i autorskie propozycje są istotą „Street Foodu”, który do tej pory kojarzony był bardziej ze śmieciowym jedzeniem. Wierzę, że z roku na rok oferta polskiej gastronomii ulicznej będzie coraz bardziej różnorodna.



KEBAB ULUBIONYM DANIEM „STREET FOOD”



„Street Food” - lokale typu fast food z wyłączeniem lokali sieciowych np. Mc Donald’s, KFC, Burger King

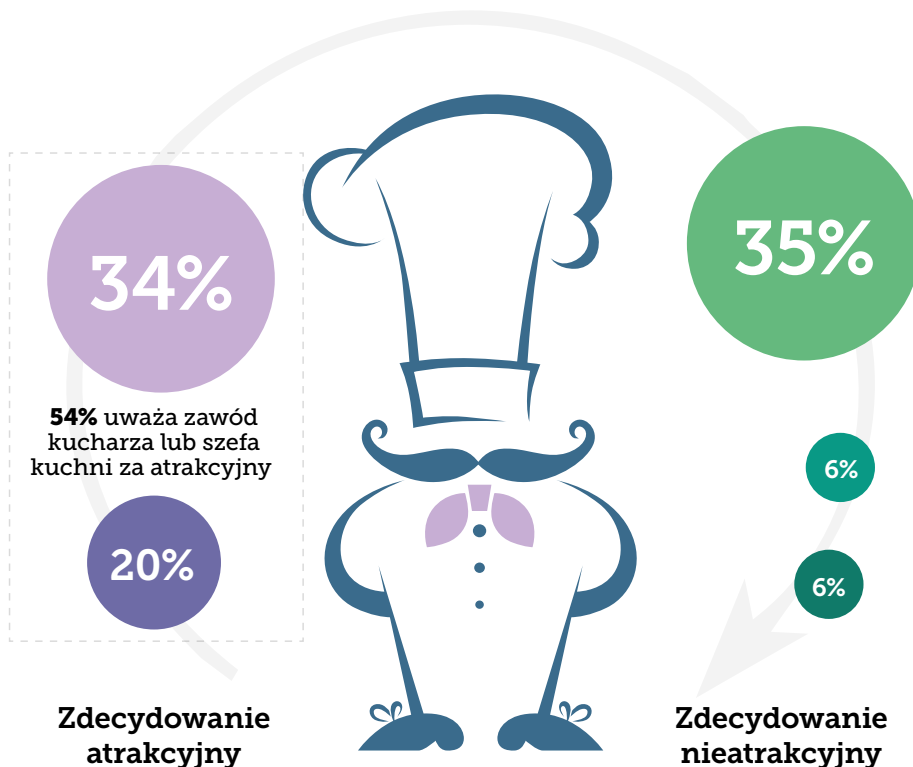
Jak często jada Pani/Pan posiłki w lokalach „Street Food”?*

Który z lokali „Street Food” jest Pani/Pana ulubionym/najczęściej wybieranym miejscem?

↑ ↓ Różnice istotne statystycznie w stosunku do ogółu respondentów.

* Odsetki mogą nie sumować się do 100% ze względu na zaokrąglenia.

SZEF KUCHNI - ZAWÓD Z PRESTIŻEM



Grzegorz Kazubski
menedżer Centrum HoReCa, MAKRO

Klienci wymagają od kucharzy ciągłego doskonalenia swojego warsztatu i podnoszenia kwalifikacji. Dlatego początek kariery zawodowej powinien być dobrze zaplanowany. Osobiście uważam, że najlepiej wiedzę zdobywać w zakładzie gastronomicznym (na

praktykach) pod opieką dobrego szefa kuchni, który chce dzielić się swoją wiedzą. Oczywiście najlepiej by było, aby taki uczeń znał już podstawy pracy na kuchni, a kontakt z mistrzem pozwoliłby doszlifować umiejętności. Ostatnie informacje z rynku pracy dla naszego zawodu są bardzo obiecujące, a duża liczba programów kulinarnych dla zawodowych kucharzy i amatorów zbudowała ciekawy wizerunek szefa kuchni, wręcz kulinarnego celebryty, co powoduje, że 54 proc. ankietowanych uważa zawód kucharza za atrakcyjny.



Jarosław Uściński
szef kuchni restauracji Moonsfera w Warszawie, prezes OSSKiC

Dzięki modzie na gotowanie zawód kucharza cieszy się rosnącym zaufaniem w oczach społeczeństwa. Media z jednej strony sprzyjają temu zjawisku, z drugiej odrobinę szkodzą. „Ubierają” w kitle kucharzkie celebrytów, bo dziś na gotowaniu znajdują się aktorzy, piosenkarze, politycy... To oni zazwyczaj wy-

dają więcej książek kucharskich niż prawdziwi kucharze. Dlaczego? Prawdziwi kucharze zajmują się gotowaniem i są gwiazdami, ale dla swoich gości. Atrakcyjność zawodu przejawia się również w nieustannie powstających szkołach i klasach o tym profilu. Jednak w wielu regionach nadal nie ma profesjonalnej kadry. Brak dobrej jakości obiektów gastronomicznych sprawia, że młodzi kucharze nie mają gdzie się szkolić i pracować. Liczne programy telewizyjne, kulinarne osobowości zachęcają młodzież do zostania kucharzem, ale nie pokazują, jak ciężki, wymagający poświęcenia, dyscypliny i odpowiedzialności jest to zawód.

Na powyższej skali proszę ocenić atrakcyjność zawodu kucharza / szefa kuchni.*

* Odsetki mogą nie sumować się do 100% ze względu na zaokrąglenia.



Część druga

„Mała czarna” w kawiarni

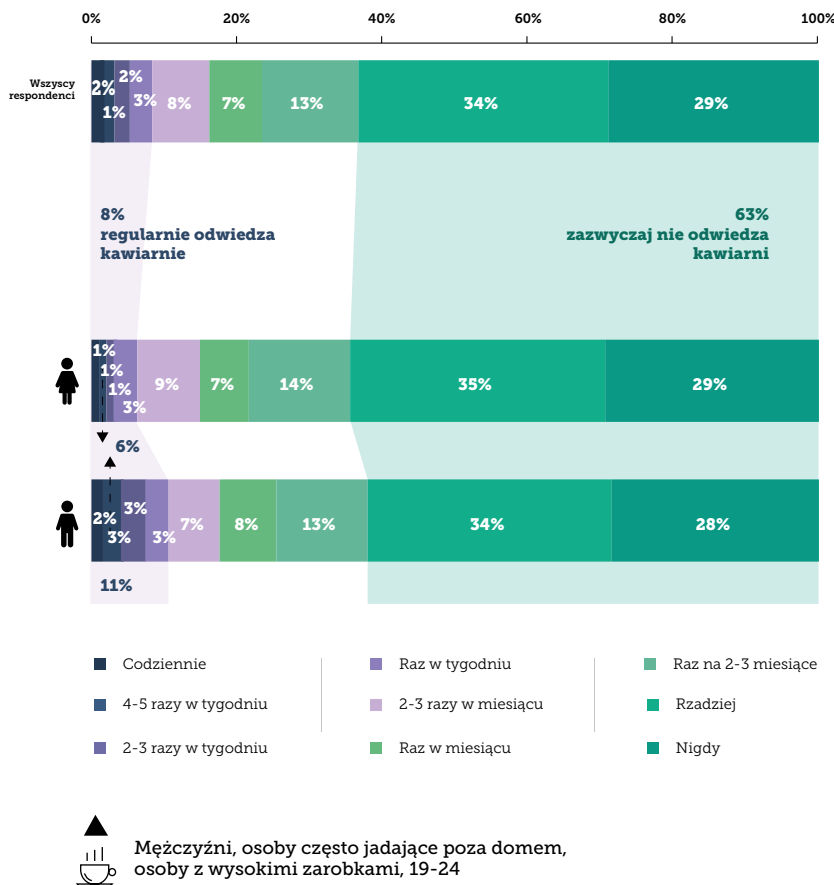
MĘCZYŹNI CZĘŚCIEJ PIJĄ „MAŁĄ CZARNĄ” W KAWIARNI NIŻ KOBIETY



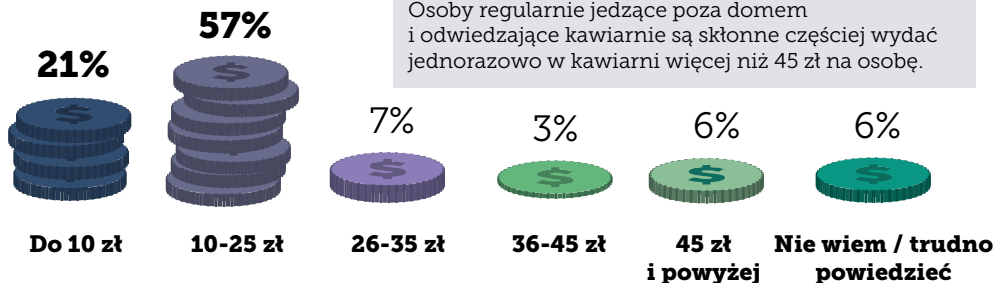
Krzysztof Górecki
menedżer kawiarni
Krucza 23 w Warszawie

Kawiarnie stają się coraz bardziej popularne. Nie są już zwykłymi lokalami gastronomicznymi, coraz częściej oferują ciekawe,

modne wnętrza, dobrą muzykę oraz najwyższej jakości produkty, które jak widać po wynikach badania doceniają bardziej mężczyźni. Świeżo palona kawa, najlepiej z lokalnej palarni, przygotowana przez zawodowego baristę, który nie tylko potrafi ją zaparzyć, ale także umie o niej opowiedzieć - to najbardziej doceniają nasi klienci. Świadomość ludzi na temat kawy zwiększa się, a alternatywne metody parzenia i coraz większa dostępność w Polsce wysokiej jakości ziaren dają nam możliwość sprostania wymaganiom najwybredniejszych smakoszy. To element wielkomiejskiego życia, w którym kawiarnia to nie tylko niezobowiązujące miejsce spotkań ze znajomymi, ale także przestrzeń do organizowania coraz modniejszych spotkań biznesowych, w szczególności śniadań czy brunch'ów. Zauważyliśmy także, że goście spędzają w naszej kawiarni coraz więcej czasu. Wiele osób pracuje tu nad swoimi projektami, uczy się, czyta książki czy korzysta z Internetu. Średnio w kawiarni wydajemy ok. 18 zł, więc nie pijemy tylko kawy, coraz częściej lokale kuszą ciastami domowego wypieku, słonymi przekąskami, a także świeżo wypiekanym pieczywem.



18 ZŁ - TYLE ŚREDNIO WYDAJEMY W KAWIARNI



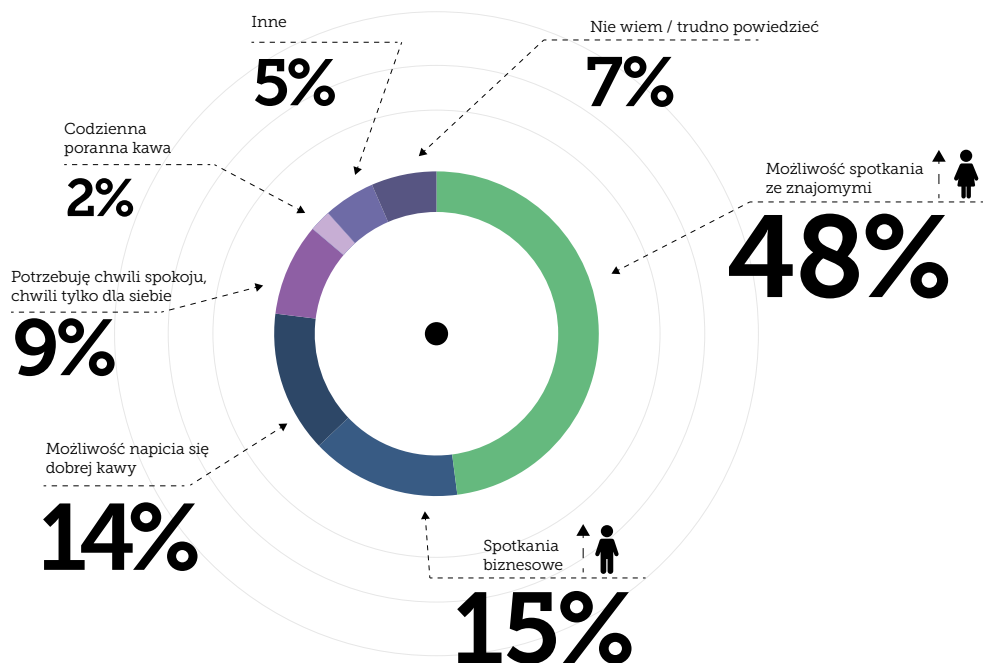
Jak często bywa Pani/Pan w kawiarni (gdzie podawane są m.in. kawa, herbata, ciasto)?*

Ile wydaje Pani/Pan średnio w kawiarni na jedną osobę podczas jednorazowej wizyty?

▲ ↑ Różnice istotne statystycznie w stosunku do ogółu respondentów.

* Odsetki mogą nie sumować się do 100% ze względu na zaokrąglenia.

W KAWIARNI SPOTYKAMY SIĘ ZE ZNAJOMYMI



Anna Maria Sztutowicz
antropolożka
kultury z firmy
badawczej IQS

Kawiarnie najbardziej regularnie odwiedzają młodzi, majątni mężczyźni, którzy mają nawyk jadać poza domem. To grupa, która traktuje kawiarnie i restauracje jako „trzecie miejsca”,

którymi socjolog Ray Oldenburg nazywa takie przestrzenie, gdzie (zwłaszcza w dużych miastach) odpoczywają i spotykają się z przyjaciółmi, ale też „pokazują się” otoczeniu, budując swój status społeczny. Spotkanie się ze znajomymi w kawiarniach młodzi uznają za modne i chętnie chwają się takimi wyjściami na portalach społecznościowych, publikując zdjęcia z kubkiem kawy z logo sieciowej kawiarni. Rosnące znaczenie kawiarni wynika

nie tylko z wykorzystania ich jako miejsc służących życiu towarzyskiemu – coraz częściej postrzegane są jako odpowiednie na spotkanie biznesowe. Tu ważną zmienną okazuje się płeć – kobiety częściej traktują kawiarnie jako przestrzenie służące zaspokajaniu potrzeby afiliacji, mężczyźni częściej wybierają kawiarnie niż restauracje dla celów zawodowych, uznając je za bardziej sprzyjający grunt dla prowadzenia rozmów o interesach.



Dorota Minta
psycholog

Kawiarnia od lat kojarzy się z ciasteczkami i plotkami. Badania to potwierdzają, bo właśnie kobiety częściej spotykają się w kawiarniach w tym celu. Wygląda, że od pokoleń panie się nie zmieniły i potrzebują godziny albo dwóch na rozmowę z przyjaciółką. Bez towarzystwa męża i dzieci. Wśród kobiet,

które wpadają na kawę są też zapewne singlelki, tak mocno obecne w kulturze wielkich miast. Kawiarnia daje im poczucie intymności i bezpieczeństwa oraz, co jest bardzo ważne, nie ma wieku – można do niej się wybrać mając lat dwadzieścia i sześćdziesiąt. Inaczej kawiarnię postrzegają mężczyźni. Dla nich to miejsce spotkań biznesowych, a nie prywatnych. Kawiarnie są mniej zobowiązujące niż restauracje i szybciej można przeprowadzić w nich spotkania z klientami. Moim zdaniem nie bez znaczenia jest

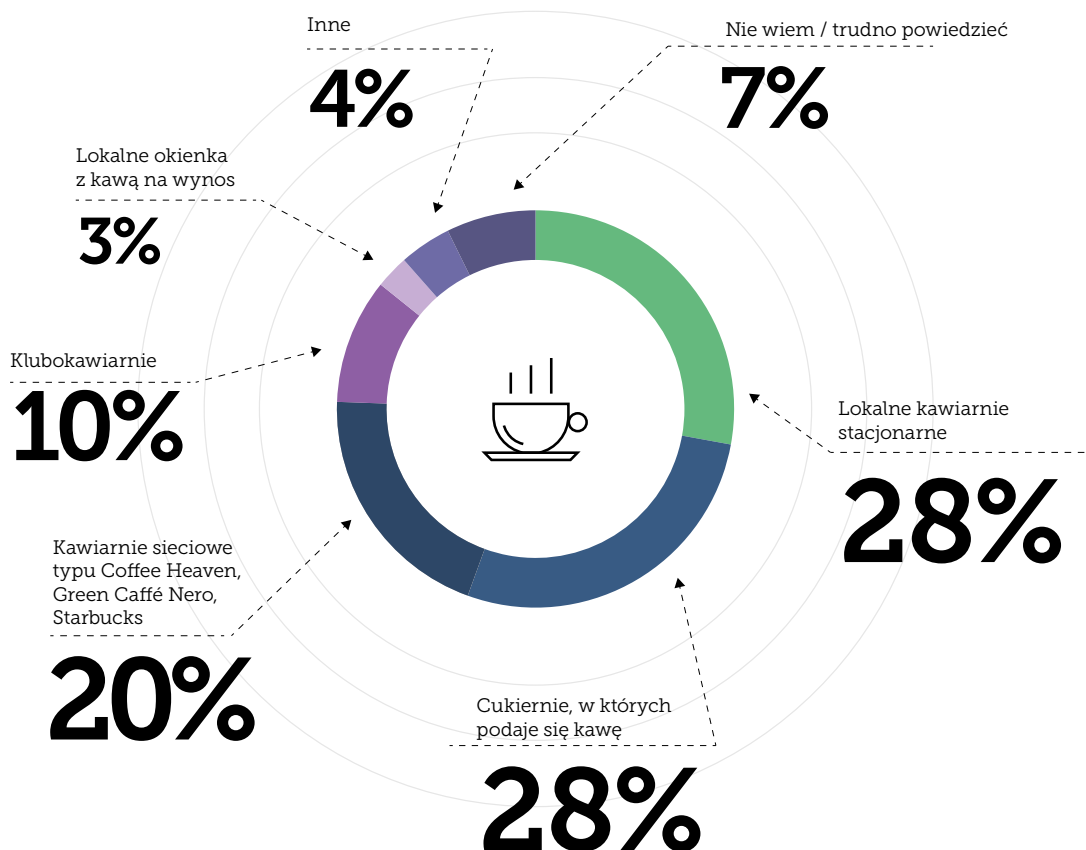
powszechna dostępność wi-fi w takich miejscach. Wielu przedsiębiorców robi z kawiarni swoje biura. Ciągła wysoka cena kawy powoduje, że niewielu Polaków wpada do kawiarni po swoje poranne cappuccino w drodze do pracy. Zaskakujące, że tak nieliczni kojarzą kawiarnie z ich podstawową ofertą, czyli dobrą kawą. A może nauczyliśmy się pić kawę poza domem, ale ciągle jeszcze nie potrafimy doceniać jej jakości? Zdecydowanie można sądzić, że bywanie w kawiarniach ma dla wielu z nas charakter aspiracyjny.

Z jakiego powodu przede wszystkim bywa Pani/Pan w kawiarni?



Różnice istotne statystycznie w stosunku do ogółu respondentów.

KAWĘ LUBIMY PIĆ W LOKALNYCH KAWIARNIACH I CUKIERNIACH



Agata Godlewska
redaktor naczelna
magazynu **Food Service**

Picie kawy – produktu, który dla większości jest codziennym standardem – staje się stylem życia. Szczególnie dobrze widać to w dużych miastach Polski, gdzie dotarła tzw. trzecia fala kawy polegająca na użyciu

alternatywnych metod jej parzenia (drip, aeropress, chemex itd.). Kawa w tego typu kawiarniach nie jest już anonimowym napojem – klient wie, z jakich ziaren jest parzona, zna ich pochodzenie oraz profil smakowy. Picie takiej kawy można celebrować, staje się ona pretekstem do rozmów z baristą, który traktuje każdego gościa bardzo indywidualnie. Stąd też popularność lokalnych kawiarni, które stawiają na autorski wystrój i służą bardziej towarzyskim spotka-

niom, niż tylko zaspokajaniu potrzeby na kofeinę. Często oferują też selekcję domowo wypiekanych ciast czy przyrządzanych na miejscu kanapek. Oczywiście kawiarnie sieciowe wychodzą naprzeciw tym trendom i konkurują o klientów swoim wystrojem i ofertą. Na przykład sieć Starbucks, lokująca się w segmencie premium, wyróżnia się designerskim wystrojem dopasowanym do lokalizacji, a także indywidualnym podejściem do gościa (imiona na kubkach na wynos).

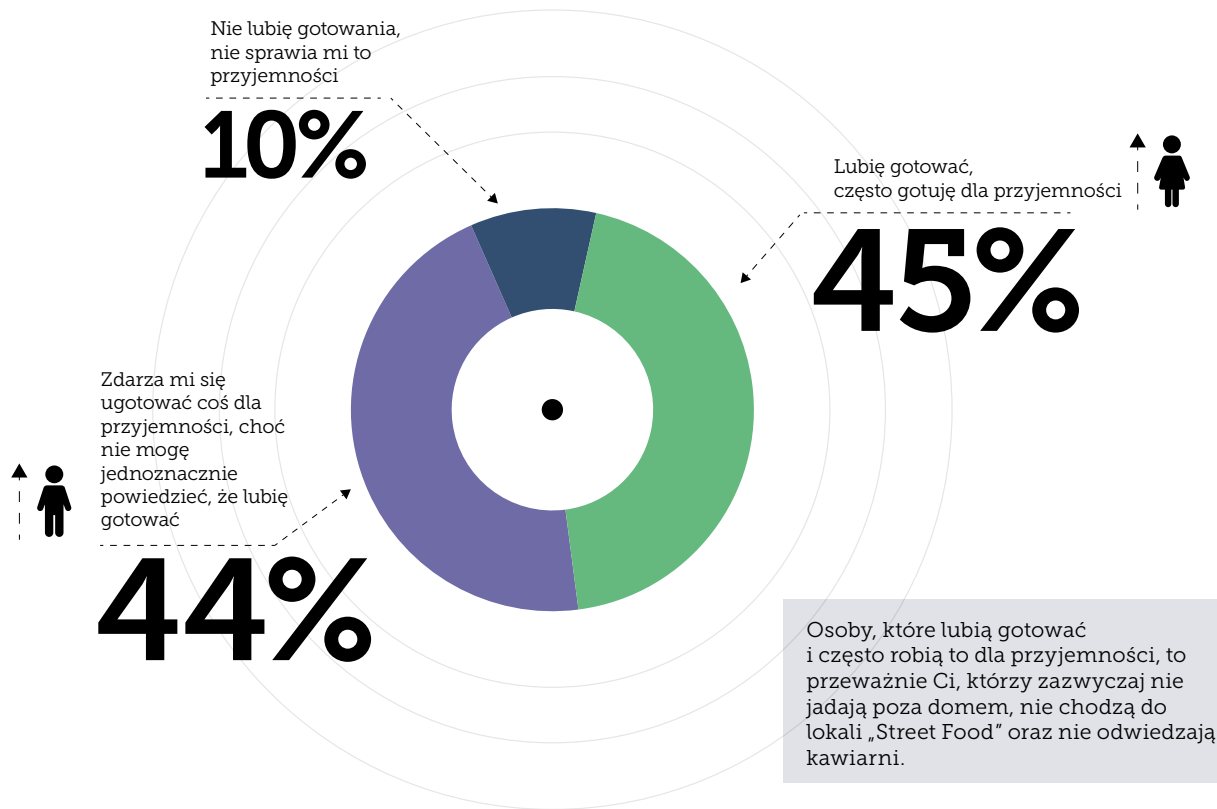
Jakiego typu kawiarnie preferuje Pani/Pan najbardziej?



Część trzecia

Przyjemność gotowania

GOTOWANIE SPRAWIA PRZYJEMNOŚĆ



Małgorzata Minta
dziennikarka „Gazety Wyborczej”,
autorka bloga MintaEats.com

Od kilku lat jedzenie jest tematem numer jeden. Z czynności potrzebnej do zaspokojenia naszych potrzeb fizjologicznych i codziennego obowiązku stało się tematem dyskusji, towarzyskich rozmów.

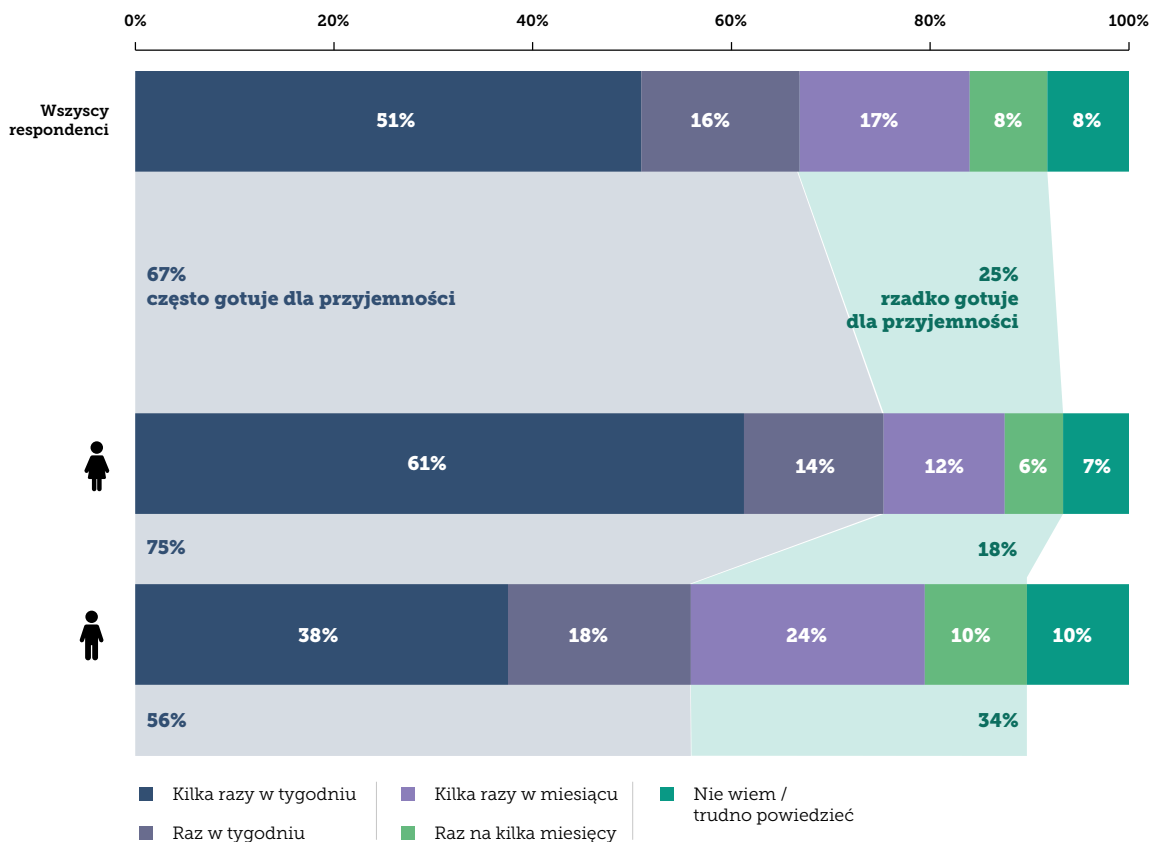
Jest modne i nic nie wskazuje na to, by ta moda miała szybko przebrzmieć. Deklarujemy, że gotowanie sprawia nam

przyjemność, lubimy eksperymentować i stajemy się bardziej otwarci na nowe smaki.

Zawód kucharza zyskuje poważanie, a szefowie kuchni nie tylko są bardziej eksponowani przez restauracje, ale też stają się ich twarzami, gwiazdami i autorytetami. W polskiej blogosferze działa kilka tysięcy blogów kulinarnych, przybywa szkół i kursów gotowania, książek o tematyce kulinarnej oraz kulinarnych programów telewizyjnych, nie tylko o charakterze poradnikowym, ale też czysto rozrywkowym.

Która z postaw dotyczących gotowania jest Pani/Panu najbliższa?*

↑ ↓ Różnice istotne statystycznie w stosunku do ogółu respondentów.
* Odsetki mogą nie sumować się do 100% ze względu na zaokrąglenia.

67% CZĘSTO GOTUJE DLA PRZYJEMNOŚCI

Agata Michalak
 redaktor naczelna magazynu
KUKBUK

Wyniki wskazujące częstotliwość gotowania dla przyjemności cieszą ogromnie! Aż 67 proc. ankieterów nie widzi w tym przykrego obowiązku, lecz źródło prostej, dostępnej i (niemal) codziennej przyjemności. To dowodzi, jak bardzo polubiliśmy gotowanie, nauczyliśmy się też, że nie musi być bardzo czasochłonne. Sądzę, że przekonaliśmy się, że gotowanie może na stałe wejść w skład aktywności życia towarzyskiego – nie-

sie ze sobą przyjemność, spędzanie czasu w towarzystwie, dbałość o zdrowie swoje i bliskich.

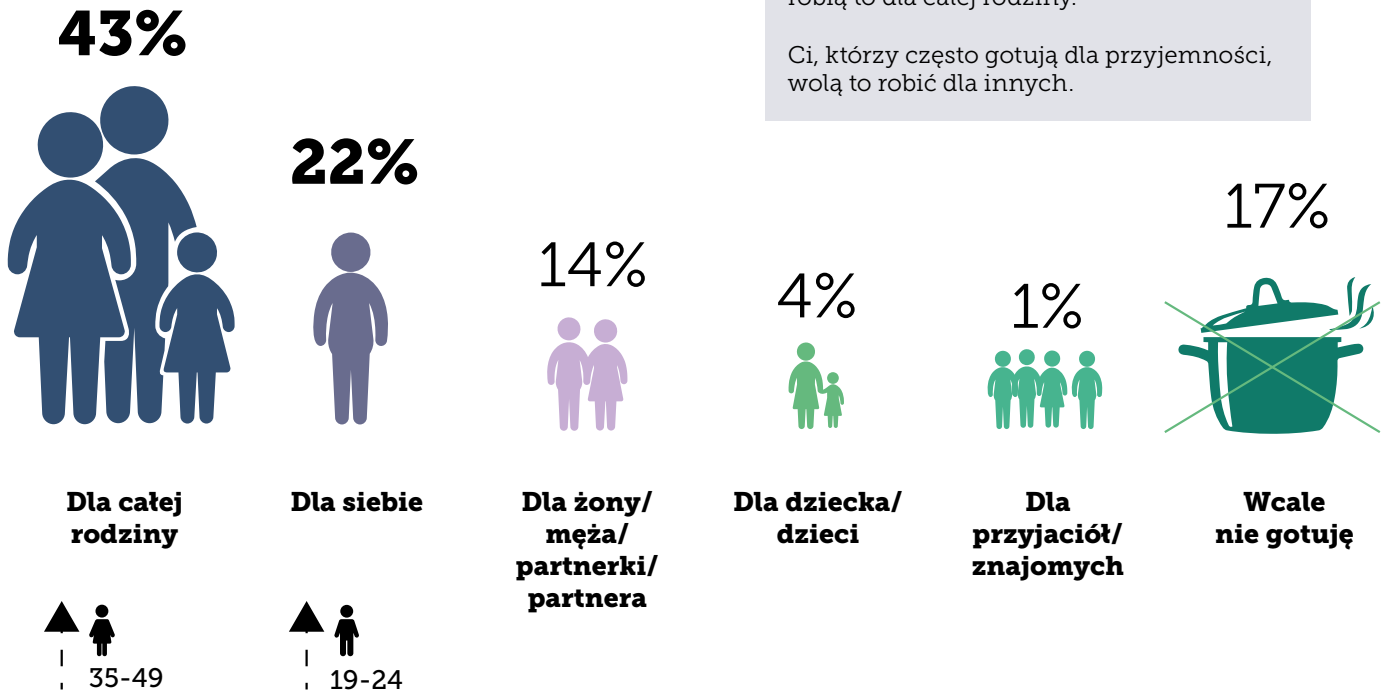
Wśród ankieterów statystycznie częściej przyjemność z gotowania czerpią panie i osoby powyżej 50 lat, co do pewnego stopnia pokrywa się ze strukturą czytelnictwa naszego magazynu. Jednak rozbieżność demograficzną dostrzegam przy odpowiedziach na pytanie o źródło inspiracji do gotowania. Z badania wynika, że to kobiety częściej niż mężczyźni szukają inspiracji w sieci, książkach kucharskich i programach kulinarnych. Tymczasem wśród użytkowników naszej strony internetowej więcej jest mężczyzn niż kobiet! Może panowie nie lubią przyznawać się do potrzeby poszukiwania inspiracji? :)

Jak często gotuje Pani/Pan dla przyjemności w domu?

GOTUJEMY DLA CAŁEJ RODZINY

Osoby pochodzące z największych miast przeważnie gotują dla siebie. Dużo rzadziej robią to dla całej rodziny.

Ci, którzy często gotują dla przyjemności, wolą to robić dla innych.



Dorota Minta
psycholog

Aż 17 proc. Polaków wcale nie gotuje, a tylko nieliczni gotują dla przyjaciół. Najczęściej przygotowujemy posiłki dla rodziny. Można przypuszczać, że gotowanie w domu dla części z nas jest ciągle obowiązkiem, a wyjście do restauracji ucieczką od codziennych zadań. Jednak popularność kulinariów i programów o gotowaniu sprawia,

że nasze zajęcia w kuchni traktujemy jako dobrą zabawę, a gotowanie dla rodziny zamieniło się z ciężkiego obowiązku

w przyjemność. Coraz częściej gotujemy wspólnie w domu, co stwarza doskonałą okazję do budowania dobrych relacji w rodzinie.

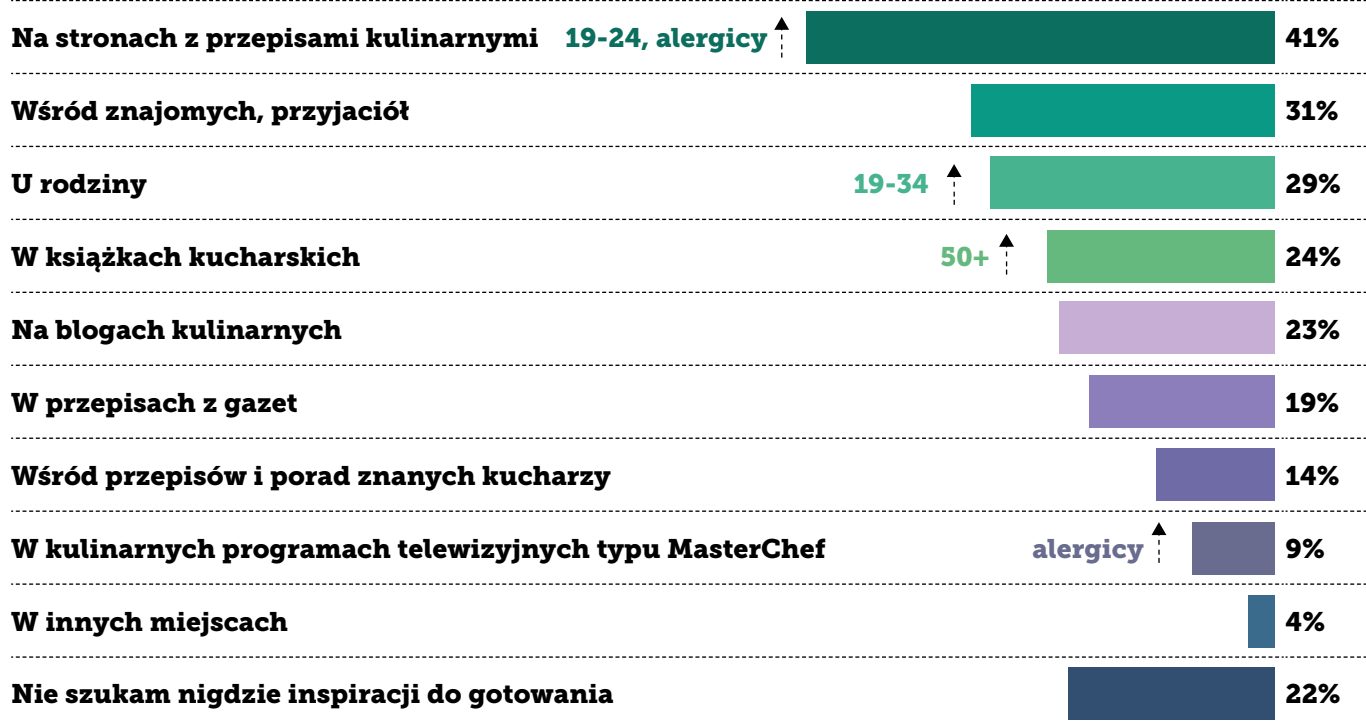
Pozornie zaskakująca jest liczba gotujących młodych mężczyzn. Być może to właśnie jest znakiem zmian kulturowych w naszym społeczeństwie. Ci mężczyźni burzą zastany porządek i tradycyjny podział ról płciowych. Być może są oni bardziej świadomi swoich potrzeb. Biegają, chodzą na siłownię, więc również chcą się dobrze odżywiać i zrywają z ciężką kuchnią swoich mam i babć. Gotowanie może być dla nich formą pokazania niezależności. Mam jednak nadzieję, że respondenci z tej grupy mówili o prawdziwym gotowaniu, a nie o zalewaniu gotowych dań wrzątkiem :)

Dla kogo Pani/Pan najczęściej gotuje?*

↑ ↓ Różnice istotne statystycznie w stosunku do ogółu respondentów.

* Odsetki mogą nie sumować się do 100% ze względu na zaokrąglenia.

INSPIRACJI KULINARNYCH SZUKAMY W INTERNECIE, WŚRÓD ZNAJOMYCH I RODZINY



Kobiety istotnie częściej niż mężczyźni szukają inspiracji w wielu różnych miejscach. Podobnie osoby gotujące często dla przyjemności.



Agata Michalak
redaktor naczelna magazynu KUKBUK

Wyniki badania pokazują, że bardzo szeroko poszukujemy inspiracji w kuchni, nie boimy się wyzwań i nie ograniczamy się do książek kucharskich, ale korzystamy z nieograniczonych zasobów sieci.

Cieszy mnie bardzo, jako naczelną magazynu KUKBUK, który ściśle współpracuje z blogerami i czerpie z ich twórczego podejścia do kuchni, że prawie co czwarty spośród aktywnie

gotujących ankietowanych poszukuje pomysłów i patentów właśnie na blogach, a prawie co piąty korzysta z naszej pracy, czyli przepisów w magazynach kulinarnych!

Czytelnicy KUKBUK-a wydają się szczególnie kochać własne koncepcje redakcji realizowane rękami współpracujących z nami szefów kuchni, którzy przygotowują dania nawiązujące do klasyki, ale unowocześnione, uzupełnione o intrygujące dodatki i sezonowe składniki. Szczególnie uwidacznia się to w okresie świąt, kiedy z różnych stron nadciągają informacje, że czytelnicy wracają do ulubionych przepisów na podkręcone klasyczne dania z minionych numerów KUKBUK-a.

Gdzie szuka Pani/Pan inspiracji nt. gotowania?

↑ ↓ Różnice istotne statystycznie w stosunku do ogółu respondentów.

Poliska

na Talerzu 2015

Raport firmy MAKRO Cash & Carry

Raport przygotowany na
podstawie badania IQS



