

Rok 2024 zakończył się dla fast foodów nie najlepiej

4 lutego 2025

W 2024 roku w pizzeriach należących do największych sieci w Polsce spadł ruch o 3,6% rdr. Do tego zmniejszyła się liczba klientów o 5,6% rdr. Natomiast w lokalach oferujących kanapki i dania z kurczaka rdr. nastąpiły wzrosty – odpowiednio o 4,2% i 2,3%. W jednym i w drugim formacie nieznacznie wzrosła średniomiesięczna częstotliwość wizyt. Średni czas przebywania w tych miejscach niespecjalnie się zmienił i wynosi ok. 23 min. Tak wykazała obserwacja prawie 1,9 tys. fast foodów. Monitorowano zachowania 1,4 mln konsumentów. Eksperti komentujący ww. dane nie są zgodni co do tego, czy na pewno lokale oferujące kanapki i dania z kurczaka przejęły klientów pizzerii. Ale niektórzy widzą, że te pierwsze coraz mocniej rozpychają się na rynku.



Wzięto pod lupę zeszłoroczną sytuację w największych na rynku barach typu fast food. Analizą objęto zachowania blisko 1,4 mln konsumentów i prawie 1,9 tys. placówek. I jak wykazał raport, w 2024 roku ruch w pizzeriach spadł o 3,6% rdr. W tym samym okresie w lokalach oferujących kanapki i dania z

kurczaka nastąpił wzrost o 4,2% rdr. Tak wynika z cyklicznego badania firmy technologicznej Proxi.Cloud.

„Wygląda na to, że lokale oferujące kanapki i dania z kurczaka przejęły klientów pizzerii. W tych pierwszych da się zjeść taniej, a zatem można tam bywać częściej i to w większych grupach, zwłaszcza młodych ludzi. Do tego przygotowanie posiłku bywa zdecydowanie szybsze, co jest ważne dla osób żyjących w pośpiechu, które nie mają czasu na gotowanie i przychodzą tam niemal codziennie. Poza tym takie bary posiadają bardziej zróżnicowane menu niż pizzerie” – wyjaśnia dr Maria Andrzej Faliński, były wieloletni dyrektor generalny POHID-u.

Raport informuje też o zmianach dotyczących liczby klientów badanych placówek w relacji rocznej. W przypadku pizzerii nastąpił spadek o 5,6% rdr. Natomiast lokale oferujące kanapki i dania z kurczaka odnotowały wzrost o 2,3% rdr. Jak stwierdza Mateusz Nowak z Proxi.Cloud, dynamika wzrostów i spadków unikalnych klientów dla pizzerii oraz sieci oferujących kanapki i dania z kurczaka jest zbliżona do dynamiki ruchu. To dowodzi, że lokale tracą lub zyskują konkretnych klientów, bez większych zmian w częstotliwości wizyt.

„Powody wzrostu oraz spadku liczby unikalnych użytkowników są analogiczne do zmian związanych z ruchem. W szczególności mowa tutaj o inflacji, a także o większej różnorodności dań i cen w sieciach oferujących kanapki i dania z kurczaka. Nie wiemy jednak, czy możemy mówić o przejściu klientów z jednego typu barów do drugiego, ponieważ nie zostało to ujęte w tym badaniu” – komentuje Mateusz Chołuj z Proxi.Cloud.

Natomiast dr Maria Andrzej Faliński zauważa, że na razie wzrosty odnotowane przez bary oferujące kanapki i dania z kurczaka są minimalne. Jednak widać, że ten format mocno się rozpycha, stając się coraz poważniejszą konkurencją dla pizzerii. – Rynek jest mocno nasycony tego typu biznesami i zróżnicowany. Właściwie każdy klient znajdzie lokal z

kanapkami i daniami z kurczaka odpowiadający jego możliwościom finansowym oraz upodobaniom. Do tego wielu graczy należących do ww. formatu stawia na coraz lepszą jakość składników czy różnorodność posiłków – zwraca uwagę dr Faliński.

Jak podkreślają autorzy raportu, ww. spadki ruchu i klientów nie świadczą o tym, że analizowane firmy zarobiły mniej, bo tego zwyczajnie nie badały. Część ruchu mogła być obsługiwana na wynos. Natomiast sprawdzono średniomiesięczną częstotliwość wizyt. I w przypadku pizzerii średnia liczba wizyt, przypadająca na klienta w jednym miesiącu, zwiększyła się rdr. o 2,5% (2024 rok – 2,4 wizyty, 2023 rok – 2,3). Z kolei w lokalach oferujących kanapki i dania z kurczaka widzimy wzrost o 1,6% rdr. (2024 rok – 3,7, 2023 rok – 3,7).

Średniomiesięczna częstotliwość utrzymuje się względnie na tym samym poziomie zarówno dla pizzerii, jak i dla sieci oferujących kanapki i dania z kurczaka. Jest to dowód przyzwyczajenia klientów chodzących do poszczególnych lokali. Sama rozbieżność w częstotliwości pomiędzy typami barów może być spowodowana większą różnorodnością produktową w tzw. kurczako-burgerowaniach – dodaje Mateusz Nowak.

Ponadto raport przedstawia średni czas trwania wizyty w placówkach typu fast food. W przypadku pizzerii nastąpił wzrost rdr. o 1,6% (średni czas trwania wizyty w 2024 roku – 22:54, w 2023 roku – 22:36). Z kolei w lokalach oferujących kanapki i dania z kurczaka zaobserwowano spadek rdr. o 1% (średni czas trwania wizyty w ubiegłym roku – 23:06, rok wcześniej – 23:18).

„Czas potrzebny na przyrządzenie posiłku, a także klientom na jego spożycie, pozostał praktycznie taki sam i niezależny od typu lokalu. Można zatem mówić o pewnym przyzwyczajeniu konsumentów w tej kwestii. W badaniu nie zawarto jednak, czy taki czas trwania wizyty jest korzystny dla tych placówek. Nie można więc stwierdzić, czy dla sieci korzystniejsze byłoby jego skrócenie, czy wydłużenie” – podsumowuje Mateusz Chołuj.

Zdjęcie: [StockSnap](#) (CC0)

Autorstwo tekstu i źródło: MondayNews.pl