

Comenzile românilor pentru mâncare gatita au scazut, în 2022; industria serviciilor alimentare s-a redus cu 4% (studiu)

Industria de servicii alimentare a scazut, în România, cu 4%, pâna la valoarea de 5,44 miliarde euro, în 2022, pe fondul diminuării numărului de comenzi pe luna, de la 4,4 în 2021, la 3,3, anul trecut, arata datele celui mai nou studiu al Hospitality Culture Institute, publicat luni.

"În 2021, an cu restrictii în HoReCa, românii cumparau mâncare gatita, în medie, de 4,4 ori pe luna. Aici sunt incluse atât comenzile de mâncare la birou sau domiciliu cât și ieșirile la restaurant, bar sau cafenea. În 2022 ne așteptam ca numărul ocaziilor de consum să crească, însă vedem ca nesiguranta în rândul populației a rămas la cote înalte din cauza creșterii inflației, a facturilor la utilități și a pericolului reprezentat de o posibilă recesiune. Asadar, anul trecut, românii au devenit din ce în ce mai cumpătați și au achiziționat mâncare gatita, în medie, de doar 3,3 ori pe luna", sustine Florin Maxim, fondator Hospitality Culture Institute.

Conform studiului, în ceea ce privește componentele industriei de servicii alimentare, piața de food delivery își pastrează prima poziție câștigată în timpul pandemiei, cu o cota de piață de 26%, urmată de consumul în restaurante (24%), achiziția de mâncare gatita de la raioanele gastro ale supermarketurilor (12%), QSR (fără McDonald's și KFC) - 11%, și self pick up (7%).

Pe de altă parte, valoarea bonului mediu de cumpărături a crescut cu doi lei, de la 47 la 49 de lei, mult sub creșterea inflației sau a prețurilor de consum.

Datele centralizate în cercetarea de specialitate releva faptul că, în 2022, șase din zece (60%) dintre comenzile de mâncare au fost realizate online, fie prin intermediul platformelor de delivery, fie prin aplicația sau site-ul propriu al restaurantului.

Studiul Hospitality Culture Research, aflat la cea de-a șasea ediție, extrage date relevante atât prin metode cantitative, cât și calitative, fiind analizată industria de servicii alimentare, obiceiurile de consum ale românilor și trendurile din piața de sitting, delivery, dar și retail (raioane gastro).

Odata cu ediția din 2022, cercetarea este realizată în parteneriat cu Tazz, care oferă un discount de 10% tuturor celor care cofinanțează studiul.

Ediția a VI-a a celui mai mare studiu asupra industriei de servicii alimentare a fost realizată de Exact Business Solutions, la comanda Hospitality Culture Institute, primul institut independent de cercetare, training și consultanță din România care studiază piața și tendințele din industria HoReCa.

Culegerea datelor cantitative s-a realizat prin metodologia CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing), în cinci mari centre urbane din România: București, Brașov, Timișoara, Cluj și Iași.