

**KOMUNIKAT PRASOWY**

**POLACY MOCNO OGRANICZĄ WYDATKI NA WYJŚCIA DO KINA I RESTAURACJI**

**Warszawa, 17 stycznia 2023 r. – Z powodu trudnej sytuacji ekonomicznej oszczędności gospodarstw domowych najbardziej odbiją się na wydatkach na rozrywkę i jedzenie na mieście, wynika z badania firmy doradczej Bain & Company. Polacy planują mocno ograniczyć wyjścia do restauracji, kina czy na koncerty, a czas wolny deklarują poświęcić w większym zakresie na aktywność sportową, czytanie książek lub serwisy społecznościowe.**

Jak pokazało badanie, Polacy pięć razy częściej deklarują chęć zmniejszenia wydatków na usługi gastronomiczne i rozrywkę niż na zakup produktów spożywczych. Niemal 60 proc. ankietowanych przewiduje, że w tym roku rzadziej będzie chodzić do restauracji, a około 40 proc. deklaruje, że jeżeli zdecyduje się na posiłek poza domem będzie szukać tańszych lokali. Grupą, która najbardziej ograniczy korzystanie z usług gastronomicznych, są osoby powyżej 45 roku życia.

– *Drożyzna i widmo spowolnienia gospodarczego powodują, że Polacy zaciskają pasa. Najtrudniej jest zawsze ograniczyć wydatki na żywność, a najłatwiej na rozrywkę i posiłki na mieście* – mówi **Patryk Rudnicki**, młodszy partner Bain & Company. – *Jak wynika z naszego badania, ponad dwie trzecie respondentów w ubiegłym roku częściej decydowało się na gotowanie w domu, by oszczędzić na posiłkach w restauracjach.*

Z powodu oszczędności konsumentów ucierpią zarówno lokale typu fast food, jak i serwujące bardziej wykwintne i droższe dania. Około 39 proc. respondentów zamierza też ograniczyć korzystanie z usługi dowozu jedzenia. Na odpływ klientów muszą się też przygotować firmy oferujące diety pudełkowe. Prawie połowa ankietowanych twierdzi, że w tym roku będzie rzadziej będzie korzystać z tych usług.

W podobnym zakresie polscy konsumenci planują redukować wydatki na rozrywkę. Około 42 proc. respondentów zmniejszyło już w ubiegłym roku wydatki na tradycyjne jak i cyfrowe formy rozrywki. Ponad jedna czwarta respondentów zamierza ograniczyć wyjścia do kina, a jedna piąta na koncerty. Cięcia w wydatkach deklarowane są przez konsumentów również w odniesieniu do gier wideo czy płatnych serwisów streamingowych.

– *Po pandemicznym wzroście popularności serwisów streamingowych i gier wideo, coraz więcej Polaków zamierza spędzać mniej czasu przed ekranem. Zjawisko to może być tłumaczone zmęczeniem stacjonarnymi formami rozrywki i chęcią większej dbałości o zdrowie* – uważa **Patryk Rudnicki***.* – *Wśród wszystkich grup wiekowych widzimy wyraźny zwrot w kierunku tradycyjnych form spędzania czasu wolnego, takich jak czytanie książek czy aktywność fizyczna. Wiąże się to też z niższymi wydatkami, gdyż te formy spędzania czasu są zazwyczaj tańsze niż usługi cyfrowe. Warto pamiętać, że deklaracje konsumentów czasem nie mają później pokrycia w rzeczywistości. Jednak wyniki naszych badań pokazują dość spójny obraz preferencji spędzania wolnego czasu w obliczu inflacji i spowolnienia gospodarczego oraz nowych realiów życia po pandemii*.

Jak wynika z badania, płatne serwisy wideo mogą ucierpieć najbardziej. Liczba subskrypcji może spaść w tym roku o prawie 20 proc. W najmniejszym stopniu cięcia wydatków prawdopodobnie dotkną serwisów oferujących audiobooki i e-booki, tego rodzaju platformy w ostatnim czasie zyskują w Polsce na popularności. Ponadto, prawie jedna trzecia ankietowanych chce zastąpić płatne serwisy streamingowe darmowymi usługami oferowanymi przez YouTube czy TikTok, jak również więcej czasu poświęcać na media społecznościowe.

Internetowe badanie zachowań konsumenckich międzynarodowej firmy doradczej Bain & Company zostało przeprowadzone na reprezentatywnej próbie Polaków na platformie Dynata w czwartym kwartale 2022 roku.

**BAIN & COMPANY**

Bain & Company to jedna z największych firm doradztwa strategicznego na świecie. Konsultanci Bain wspierają zarządy firm w podejmowaniu kluczowych decyzji z zakresu strategii, organizacji, fuzji i przejęć oraz we wdrażaniu innowacyjnych technologii. Bain & Company jest też wiodącym doradcą funduszy private equity. Firma angażuje się w działania pro bono, realizując 10-letni program o wartości ponad 1 mld dolarów, w ramach którego bezpłatnie świadczy usługi doradcze na rzecz organizacji walczących z nierównościami społecznymi i rasowymi oraz działających na rzecz rozwoju, edukacji i ochrony środowiska. Firma powstała w 1973 roku w USA i posiada 65 biur w 40 krajach na świecie. O skuteczności Bain & Company świadczą wyniki klientów.

**W celu uzyskania dodatkowych informacji prosimy o kontakt:**

**Aleksandra Rozhin**

Public Relations & Market Reputation

Bain & Company | Rondo ONZ 1, 29th floor | Warsaw 00-124 | Poland

Mobile: +48 519 315 160

Email: Aleksandra.Rozhin@Bain.com | Web: [www.bain.com](http://www.bain.com/)