

Studiu: 40 % dintre români merg o data la câteva luni sau mai rar la restaurantele din mall-uri

Patru din zece români (40 %) frecventeaza o data la câteva luni sau mai rar restaurantele din mall-uri, iar peste jumătate dintre persoane (55 %) prefera fast-food-urile, arata rezultatele unui studiu publicat, marti, de Reveal Marketing Research.

Potrivit sursei citate, 90% dintre cei chestionati considera ca industria HoReCa a fost afectata "în mare" si "în foarte mare masura" de contextul pandemiei de COVID-19.

În acest context, daca înainte de pandemie, cei mai multi dintre români spun ca le frecventau de doua-trei ori pe luna (19%), în prezent fac acest lucru mai degraba o data la câteva luni sau chiar mai rar (40%). Totodata, atunci când merg totusi la mall, restaurantele cele mai populare sunt cele de tip fast-food, mentionate de peste jumătate dintre oameni (55%), urmate de restaurantele cu specific românesc (33%) si de cafenele (20%).

În privinta criteriilor de alegere a restaurantului din mall, calitatea produselor este pe primul loc pentru 54% dintre respondenti, în timp ce preturile se afla pe locul secund, cu 41% din totalul raspunsurilor. Un alt criteriu relevant pentru români este gradul în care sunt respectate masurile de siguranta împotriva COVID-19 în aceste localuri, fiind important pentru 32% dintre acestia.

De asemenea, 40% din totalul persoanelor chestionate au afirmat ca prefera aproximativ aceleasi restaurante, în functie de promotiile pe care le au.

"O alta categorie la care brandurile trebuie sa fie atente este cea a consumatorilor loiali, reprezentata de un sfert dintre români (25%), care spun ca obisnuiesc sa cumpere mereu de la acelasi local, indiferent de promotii. Astfel, restaurantele trebuie sa identifice, prin studii de loialitate, care sunt acele elemente aditionale ce îi fidelizeaza pe oameni", se mentioneaza în concluziile Reveal Marketing Research.

Conform cercetarii, înainte de pandemie, doar 7% dintre oameni declarau ca nu mergeau niciodata la restaurantele din centrele comerciale, astazi ponderea a crescut semnificativ, pâna la 32%, în special persoane de peste 55 de ani (65%). "Restrictiile impuse în zonele cu grad ridicat de raspândire a virusului, precum si teama de îmbolnavire din spatiile publice pot fi explicatii pentru care multi dintre români evita restaurantele din centrele comerciale", sustin realizatorii studiului.

Metoda folosita în cadrul studiului a fost CAWI (Computer Assisted Web Interview), fiind derulate 1.004 interviuri online cu respondenti cu vârste de peste 18 ani, online users, pe un esantion reprezentativ la nivel national urban si rural în perioada 18 - 22 februarie 2021. Marja de eroare este de +/- 3%, iar nivelul de încredere de 95%.

Reveal Marketing Research este o companie de cercetare de piata full-service, specializata în marketing research, studii sociologice, customer insight, business strategy, market development, cu o expertiza în peste 20 de industrii.