



moda na catering

TRENDY
PROGNOZY
INPIRACJE

 Unilever
Food
Solutions



Z czego wynika powszechna moda na catering? Co stanowi o cateringu w Polsce? Jakie są trendy i inspiracje rynku cateringowego i czego można się spodziewać w tym sektorze w perspektywie kilku najbliższych lat?

Catering to zdecydowanie forma **kulinarnej (r)ewolucji.**

Z reguły Polacy mają mało czasu, żyją na piątym biegu, a gotowanie w wersji slow często jest poza ich zasięgiem. I tu z pomocą spieszą szefowie kuchni, którzy ratują konsumentów z opresji. Dostarczają wyjątkowe rozwiązania dla klientów grupowych i indywidualnych, dbają o oprawę kulinarną nie tylko bankietów czy konferencji biznesowych, ale także kameralnych uroczystości w gronie najbliższych.

Ponadto oprócz cateringu, który Polacy zamawiają do domu w ramach imprez rodzinnych czy świąt, na rynku panuje swoista dywersyfikacja: od będącego wciąż w szczytowej formie cateringu eventowego, po catering tradycyjny. Zwyczaje jedzeniowe ulegają cyklicznym zmianom, a Polacy konsumują coraz bardziej świadomie.

Wszystkie ograniczenia, które uniemożliwiają samodzielne przygotowywanie posiłków powodują, że Polacy coraz częściej decydują się na skorzystanie z usług cateringowych. Trend ten dotyczy zarówno sfery biznesowej, eventowej, jak i życia prywatnego.

Catering raz!

Moda na **wygodne jedzenie.**

Polacy żyją w wiecznym pośpiechu. Ich harmonogram to głównie praca, wożenie dzieci na zajęcia, spotkania i permanentny brak czasu. Po drugiej stronie stoją zarówno wielkie korporacje, jak i średnie przedsiębiorstwa z mniejszych ośrodków miejskich, które organizują wydarzenia dla swoich pracowników, partnerów biznesowych i klientów. Na szczęście z niemałym powodzeniem funkcjonuje CATERING – niestłabnący trend w gastronomii i potężny segment rynku gastronomicznego w Polsce. Według najnowszego raportu BROG Marketing, sektor cateringu wyceniany jest na 4,5 mld złotych¹.

Najczęstszym czynnikiem determinującym wybór cateringu wśród klientów jest oszczędność czasu i dostępność oferty – zamówienia realizowane są bez ograniczeń lokalizacyjnych i dostarczane w preferowanych przez konsumenta godzinach.

Według raportu PMR: wartość rynku cateringu w 2017 roku wzrosła o 6% i wynosi 5 551 mln zł. W latach 2018 – 2020 średnia dynamika tego rynku powinna wynieść około 5,5%².

Specjaliści z branży sądzą, iż usługi cateringowe mają ogromne znaczenie dla rynku gastronomicznego w Polsce i kształtują kulinarne gusta Polaków. Ponadto to oczekiwania konsumentów wyznaczają drogę rozwoju tych usług.

Segmentacja rynku cateringowego w Polsce jest mocno zróżnicowana. Kto i dlaczego korzysta z cateringu?

Odbiorcami cateringu są nie tylko rodzice z dziećmi, którzy nieprzerwanie narzekają na to, że doba jest za krótka, przez co nie mają czasu na wspólne spędzanie cennych momentów z rodziną w kuchni.

Do osób, które korzystają z bogatej oferty cateringu należą też milleniarsi, którzy oczekują kulinarnych innowacji i szukają nieoczywistych smaków.

Duże korporacje oraz małe i średnie przedsiębiorstwa, które organizując eventy, także wspierają się kompleksową obsługą cateringową, łącznie z serwisem kelnerskim, aranżacją stołów czy otwartym barem.

Jaka kuchnia dominuje wśród Polaków?³

- włoska (81%)
- polska (80%)
- amerykańska (63%)
- chińska (43%)
- wegetariańska (19%)
- bio/eko (13%)



1. BROG Marketing, „Rynek gastronomiczny w Polsce – raport 2017”.

2. PMR, „Rynek HoReCa w Polsce 2017. Analiza rynku i prognozy rozwoju na lata 2017-2022”.

3. Makro Cash&Carry, „Polska na talerzu 2017. Polski rynek HoReCa”.

Co motywuje konsumentów do skorzystania z cateringu?

- Aż **62%** uważa, że bezkonkurencyjna jest jakość dań firm oferujących usługi cateringowe, a przy tym 23% docenia urozmaicone menu.
- **52%** konsumentów wskazuje na atrakcyjne ceny i częste promocje /rabaty/kupony zniżkowe (12% odbiorców).

Dodatkowo warto zwrócić uwagę na catering świąteczny i okolicznościowy: Polacy coraz częściej odchodzą od gotowania tradycyjnych potraw wigilijnych czy wielkanocnych i zlecają to kulinarne zadanie firmom cateringowym.

Popularna jest także biurowa usługa cateringu, czyli tzw. „pan kanapka” – osoba, która w określonych godzinach w ramach drugiego śniadania lub lunchu, dostarcza pracownikom gotowe kanapki oraz sałatki.

Przeciętny Polak jest stereotypowo określany jako miłośnik tłustych hamburgerów, kebabów, zapiekanek i pizzy, koniecznie na grubym cieście. W rzeczywistości wyniki badań przeprowadzonych przez naukowców z Instytutu Filozofii i Socjologii PAN⁴ są bardziej optymistyczne i dowodzą, że odsetek miłośników każdego z typów fast foodu nie przekracza nawet 1%.

Z kolei CBOS zebrał dane dotyczące zachowań żywieniowych Polaków⁵ i wnioski brzmią obiecująco – konsumenci świadomie wybierają produkty, zwracają uwagę na skład oraz datę ważności i jednak coraz częściej decydują się na korzystanie z usług firm cateringowych, których oferta odpowiada ich diecie.

Polacy są przywiązani do rodzimych smaków, niemniej nie boją się sięgać po zagraniczne i egzotyczne potrawy, np. zielone curry czy kurczaka tikka masala.

Wielokierunkowa oferta cateringu jest dziś bardzo potrzebna – szefowie kuchni wraz z zespołami mogą spełniać oczekiwania konsumentów i odpowiadać na ich potrzeby zarówno w eleganckiej formie cateringu eventowego, jak i dzięki spersonalizowanej diecie pudełkowej.

4. Badanie Instytutu Filozofii i Socjologii PAN pod kierownictwem prof. Hebryka Domańskiego, „Wzory jedzenia, style życia a stratyfikacja społeczna: perspektywa porównawcza”, Warszawa 2016.

5. CBOS, „Zachowania żywieniowe Polaków”, Warszawa 2014.

Catering pierwsza klasa, czyli kilka słów o rodzajach usług.

Catering w Polsce pod względem czasu obecności na rynku gastronomicznym jest nastolatkiem. Jednak sektor ten odgrywa w branży znaczącą rolę.

Rynek posegmentowany jest przede wszystkim na usługi cateringowe eventowe, szpitalne, przedszkolne, imprezowe czy stołówkowe. Firmy cateringowe dokonują nieustannych analiz branżowych i szukają niszy w poszczególnych segmentach, wyróżniając się dbałością o wysoką jakość oraz szeroki wachlarz ofert specjalnych.

Rodzaje usług cateringowych rządzą się swoimi prawami, niemniej zawsze nadrzędnym celem jest odpowiedź na potrzeby klienta.

Świadczenie usług cateringowych ma charakter mobilny, dlatego tak często Polacy decydują się na skorzystanie z nich. Kulinarne preferencje Polaków ulegają ciągłym zmianom, dlatego bardzo istotne jest zaproponowanie zróżnicowanego menu, dostarczenie konsumentom najlepszych rozwiązań żywieniowych w dogodny sposób.

Dwa główne rodzaje cateringu to socjalny i komercyjny. Duże firmy cateringowe podpisują długoterminowe kontrakty na kulinarne zaopatrzenie instytucji publicznych i obsługę wybranych miejsc pracy. Oprócz tego realizowane są zamówienia indywidualne, obsługiwane konferencje biznesowe oraz gorący czas w IV kwartale roku – okres imprezowo-wigilijny.

Catering komercyjny:

- bankiety
- imprezy okolicznościowe (urodziny, rocznice, wesela)
- konferencje
- spotkania biznesowe
- catering biurowy
- catering dietetyczny
- klienci indywidualni

Catering socjalny / kontraktowy:

- obsługa miejsc pracy
- przedszkola
- żłobki
- szkoły
- szpitale
- opieka społeczna



Catering is the king, czyli **kto i po co?**

„Catering” – 340 000 000 mln wszystkich informacji w wyszukiwarce internetowej Google odnośnie świadczonych usług cateringowych, 74 701 miesięcznych wyszukiwań w dużych miastach, dwa razy więcej niż hasło „restauracja”.

Potencjał cateringu w sieci jest ogromny, a tendencje w poszczególnych miastach zmienne. Prym online pod względem zainteresowania usługami cateringowymi wiezie Wielkopolska, Dolny Śląsk i Mazowsze, tuż za podium plasuje się Pomorze i Małopolska. Biorąc pod uwagę wirtualne wyniki, catering zdecydowanie deklasuje stacjonarną konkurencję, tj. restauracje, bistra czy bary. Czy rezultat ten znajduje swoje odzwierciedlenie w rzeczywistości?

Statystyki raportu Makro Cash&Carry⁶ dowodzą, że do największych odbiorców cateringu w Polsce należą agencje eventowe, korporacje, małe i średnie przedsiębiorstwa, instytucje publiczne oraz klient indywidualny, który do wyboru ma szereg propozycji diety pudełkowej: od sportowej, wegetariańskiej, bezglutenowej aż po opcje junior z przeznac-

zeniem dla dzieci. Ponadto od kilku lat zauważa się wzrost zainteresowania ofertą cateringu świątecznego w ramach świąt Bożego Narodzenia i Wielkanocy. Co więcej, usługi cateringowe bardzo często zakładają personalizację menu, dlatego tym chętniej firmy i konsumenci indywidualni decydują się na skorzystanie z danej oferty.

Skąd popularność agencji eventowych, organizowanych eventów oraz kim są ich odbiorcy? Event jest nie tylko świetną okazją do integracji jego uczestników, ale też doskonałym narzędziem marketingowym dla firmy, która go organizuje. To cateringowi sprawia, że duże korporacje lub mali i średni przedsiębiorcy mogą w szybki i efektywny sposób przygotować bankiet, konferencję biznesową czy imprezę integracyjną, nie martwiąc się o zaplecze kulinarne.

O powodzeniu danego eventu nie świadczy wyłącznie perfekcyjnie przygotowany scenariusz, muzyka czy inne atrakcje towarzyszące. Najważniejsze jest zrozumienie potrzeb i oczekiwań gości i odpowiadanie na nie.

6. Makro Cash&Carry, „Polska na talerzu 2017. Polski rynek HoReCa”.

Kulinarne **trendy** eventowe

Event można zorganizować dla kilkuset osób lub grona najbliższych. Niemniej zawsze warto wziąć pod uwagę kulinarne trendy obowiązujące w danym momencie. I zastanowić się, w co warto zainwestować, aby zaskoczyć gości.

Na topie wciąż są:

1. Imprezy tematyczne – wybór motywu przewodniego nierzadko spędza sen z powiek organizatorom. Wciąż najpopularniejsze są eventy pod hasłem PRL-u, Dzikiego Zachodu, Gwiazdnych Wojen czy rajskich Hawajów. W menu podczas imprezy w stylu PRL nie może zabraknąć tatarskiego ze śledzia, Dzikie Zachód to krwiste steki wołowe, a na hawajskim party świetnie sprawdzi się orzeźwiający koktajl ananasowy.


2. Live cooking – czyli gotowanie na żywo to absolutny hit, zarówno podczas konferencji biznesowych, jak i prywatnych uroczystości. To z założenia wyjątkowa forma rozrywki połączona z edukacją kulinarną i finalną konsumpcją tego, co przygotował szef kuchni. Doskonale sprawdza się przy tym pokaz kuchni molekularnej, który z pewnością zachwyci i zainspiruje odbiorców.

3. Finger food – to wygodna opcja cateringu, czyli jedzenie na jeden kęs. Innowacyjna miniformuła kulinarna, sycąca i nie wymagająca używania sztućców, np. bruschetta z krewetkami czy crostini z ricottą i borówkami.

4. Eco-friendly – wariant proekologiczny, przyjazny środowisku, wykorzystujący pełen pakiet zasobów naturalnych do organizacji eventu. Menu również całkowicie bio, najczęściej z użyciem jadalnych talerzy i sztućców, np. krem z zielonych szparagów, placki z cukinii czy pieczone bataty.

5. Candy bar – czyli słodki stół. Pozostawia dowolność dekoracyjną, natomiast o jego zawartości stanowi wyobraźnia cukierników. Tartaletki, makaroniki, eklery, cake pops, ptysie, babeczki czy wata cukrowa to tylko niektóre ze słodkich propozycji, które powinny znaleźć się w ofercie.

6. Bufet szwedzki/kuchnie świata – świetna alternatywa dla kuchni mono. Kompilacja smaków z całego świata w formie otwartego bufetu dla uczestników eventu, np. pad-thai czy włoskie testaroli al pesto.



Era bufetu z trójkątnymi kanapkami z serkiem śmietankowym i plasterem ogórka już dawno minęła. Gastronomiczne trendy ewoluowały na tyle, iż szefowie kuchni mogą eksperymentować nie tylko ze smakiem, ale także ze strukturą, teksturą i kolorem.

Inspiracje 2017 / 2018

Według amerykańskiej platformy ITA GROUP, która dostarcza rozwiązania m.in. dla branży gastronomicznej i eventowej na całym świecie, boom kulinarny w skali międzynarodowej trwa w najlepsze. Z kolei badania Instytutu GfK pokazują, że 67% Polaków oglądających telewizję, wybiera programy kulinarne. Polacy kochają jeść, ale trochę mniej lubią gotować. Dla cateringu brzmi to obiecująco.

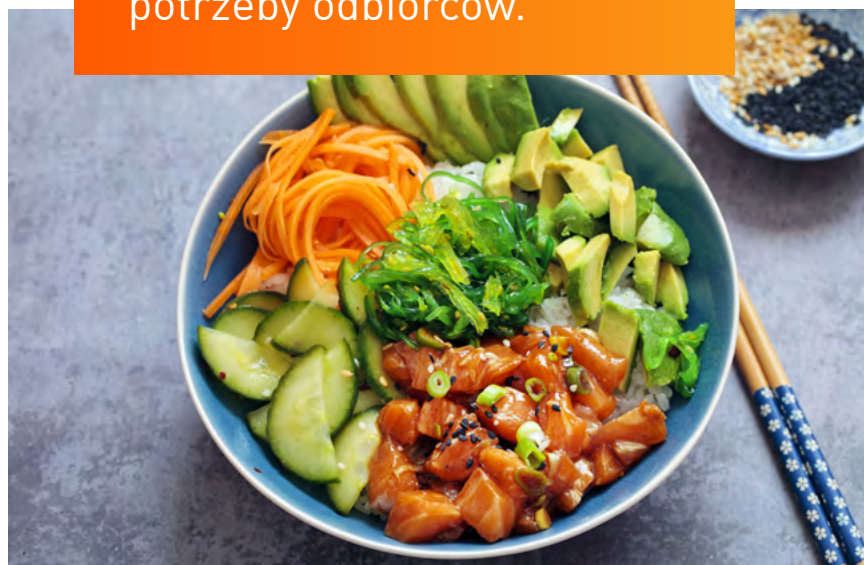
Czasy, w których Polacy wyróżniali się w kuchni zachowawczością, wynikającą z przywiązania do tradycji, minęły bezpowrotnie. Dziś eksperymentują, łączą smaki, szukają inspiracji, rozwijają się, podróżują po kulinarnych szlakach wybitnych szefów kuchni.

Co zatem jest i będzie HOT w polskim cateringu?

Nie słabnie cateringowy potencjał minipączków, amerykańskich naleśników, czyli puszystych pancakes, które w niecodziennym wydaniu bekon+syrop klonowy budzą kulinarne uznanie. Rośnie popularność meksykańskich tacos, orientalnych smaków, street foodu czy wytrawnych i słodkich muffinów.

Poke Bowl

Hawajska misa szczęścia, oryginalnie złożona z ryżu, surowej ryby, warzyw lub owoców. Balans słodkich i wytrawnych smaków, dziś dekonstruowany na potrzeby odbiorców.



Ramen

To przede wszystkim rodzaj japońskiego makaronu z mąki pszennej i nazwa dania, które ze względu na rozgrzewający bulion przywołuje domowy rosół. Wschodnia wersja bazuje na 3 opcjach: shoyu, miso i shiyo, w zależności od mięsnych lub wegańskich preferencji konsumentów. Fuzja smaków z wodorostami, dymką i imbirem w roli głównej.

Verrines

Francuskie przystawki na słodko lub słono, podawane w małych szklankach lub stoiczkach. Ten trend ewoluuje i urzeka swoją formą. Gra smaków, kolorów, tekstur oraz wizualna ucztą dla oczu.





Misja catering - prognozy

Jakie zmiany czekają polski catering w perspektywie kilku najbliższych lat? Według ekspertów z zakresu rozwoju polskich przedsiębiorstw z branży gastronomicznej z Uniwersytetu Łódzkiego, usługi cateringowe będą coraz popularniejsze w sektorze małych i średnich firm oraz w segmencie korporacyjnym⁷. Skąd takie wnioski?

Przede wszystkim ze względu na zwiększoną liczbę działań marketingowych, komunikacyjnych z konsumentami czy spotkań podsumowujących działalność danego przedsiębiorstwa. Takie eventy odbywają się szczególnie w okresie świątecznym. W tym czasie firmy decydują się na organizację imprezy w zewnętrznych lokalizacjach, z kompleksową obsługą cateringową i oprawą artystyczną.

Ekspertcy prognozują konsolidację rynku cateringowego, czyli sukcesywną integrację dużych graczy w kooperacyjne projekty. Dlaczego? Przede wszystkim ze względu na sporą niszę na rynku, którą można zagospodarować. Ponadto konkurencja jest ogromna, natomiast konsolidując rynek, buduje się jego przewagę nad małymi graczami. Słabsi szybko odpadną z gry, firm będzie znacznie mniej, zaś silne jednostki będą spełniać oczekiwania klientów według obowiązujących trendów kulinarnych i indywidualnego zapotrzebowania.

Co więcej, catering mocniej zorientuje się na zdrową koncepcję żywieniową w stylu eco-friendly, oferując w pełni jadalne, unikatowe opakowania w myśl międzynarodowej tendencji do wykorzystywania zasobów naturalnych.

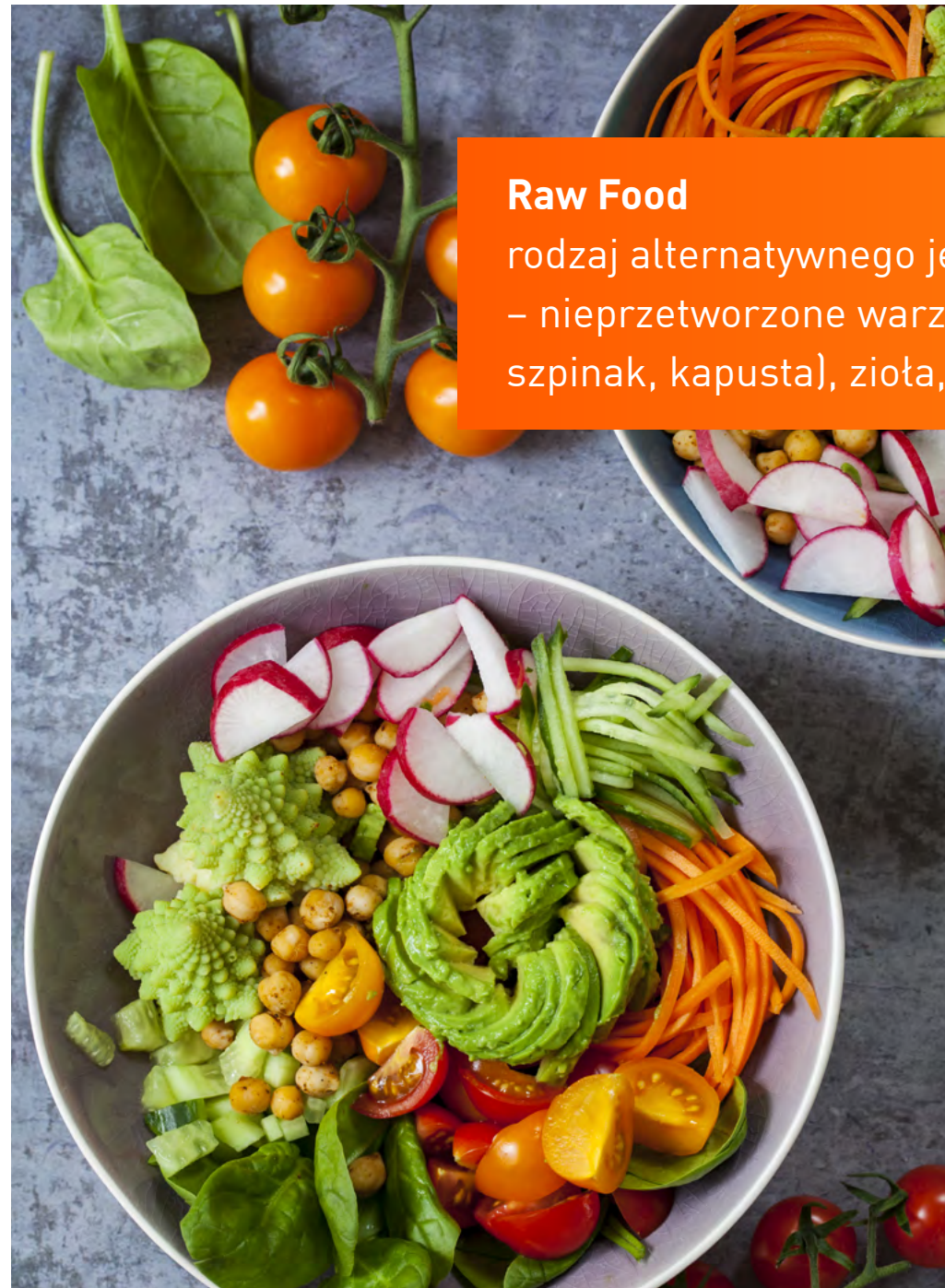
Dostawcy usług cateringowych będą bardziej skupiać się nad rozwijaniem oferty dla klientów będących na diecie wykluczającej, tj. bez glutenu, bez laktozy, bez cukru, wegetariańskiej, wegańskiej czy witarianńskiej.

Przewiduje się także, że klienci coraz częściej będą zwracać uwagę na pochodzenie produktów wykorzystywanych w cateringu, np. jajek z wolnego wybiegu czy warzyw z farm ekologicznych.

7. Edyta Gheribi, „Catering market in Poland, w: Management and Education”, nr 2/11, s. 13-18.

Catering - trendy żywieniowe

Moda na catering trwa i trwać będzie. Firmy przygotowujące i dostarczające żywność biorą udział w swoistym wyścigu smaków. Szefowie, sous szefowie, kucharze i kulinarni guru! Z czego będziecie czerpać w 2018 roku?



Raw Food

rodzaj alternatywnego jedzenia, którego podstawą są surowe produkty – nieprzetworzone warzywa i owoce, głównie zielone liściaste (jarmuż, szpinak, kapusta), zioła, orzechy, oleje naturalne, kiełki.



Suszone warzywa i owoce

w ramach przekąsek i dodatków do głównych dań (morele, daktyle, śliwki, buraki, pomidory). Najlepsze źródło witamin, wysoka wartość odżywcza produktów.



Fermentacja

powrót do korzeni, czyli wykorzystanie witalnych właściwości sfermentowanych produktów. Przykłady sfermentowanej żywności: kiszonki, sery, jogurty, produkty pochodzące od soi (tofu, tempeh, miso).



Unilever Food Solutions

Pomagamy szefom kuchni serwować pyszne dania, które skłonią gości do ponownych odwiedzin lokalu.

Tworzymy profesjonalne produkty, które oszczędzają cenny czas w kuchni i pozwalają zachować wyjątkowy smak oraz oryginalny styl potraw.

Równocześnie dostarczamy pomysły i inspiracje, dzięki którym Twoje menu może stać się jeszcze bardziej ekscytujące.

Jeśli brakuje Ci koncepcji na to, jak uatrakcyjnić swoją kartę dań i efektownie przyrządzać potrawy, skontaktuj się z naszymi ekspertami!

www.ufs.com

Wykorzystano dane pochodzące z raportu PMR „Rynek HoReCa w Polsce 2017. Analiza rynku i prognozy rozwoju na lata 2017-2022”.