

# REBEL TANG

#FoodDelivery2021

## Jak Polacy zamawiają jedzenie w dostawie?

PARTNERZY RAPORTU:



**Grzegorz Hyc**  
Zamówił 15 min temu

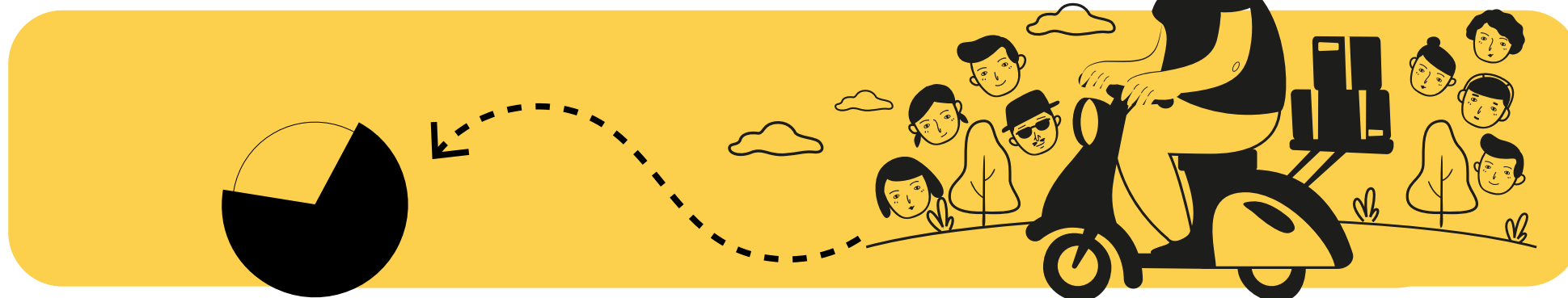


**Maria Basset**  
Zamówiła 10 min temu



**Joanna Gros**  
Zamówiła 5 min temu

# Goście zapraszają do siebie. Kto pierwszy, ten lepszy!



Wartość rynku dowozów jedzenia w Polsce to już około dziewięciu miliardów złotych. O tym, że segment ten rośnie dynamicznie przekonała nas pandemia, która obudziła w restauratorach i szefach kuchni dodatkowe pokłady kreatywności. Dziś trwa wyścig na powiększanie obszarów dostaw, tworzenie specjalnych kompozycji smakowych i opakowań dedykowanych na wynos.

Najlepszą nawigacją do mety są dane, skryte za każdym zamówieniem. Tych ostatnich coraz częściej dokonujemy za pośrednictwem aplikacji i stron internetowych - w 2021 roku z dostawy posiłków online skorzystało o 16,9% więcej osób, niż rok wcześniej <sup>(1)</sup>.

Czy to oznacza, że tradycyjne kanały kontaktu z restauracją odeszły do lamusa? Jakie czynniki wpływają na satysfakcję konsumenta w dostawie? Czy tylko rozpoznawalne marki mogą odnieść sukces?

W poszukiwaniu odpowiedzi na te i inne nurtujące branżę pytania zrobiliśmy to, co potrafimy najlepiej - połączyliśmy gastronomię z technologią, opracowując zarówno dane własne, jak i informacje od naszych partnerów.

**Zapraszamy do lektury!**

# Jakie dane opracowaliśmy?



## Raport składa się z trzech składowych:



01

Ogólnopolskiego badania  
agencji badawczej ARC  
Rynek i Opinia.

02

Publicznych wypowiedzi  
internautów na temat  
zamawiania jedzenia w sieci,  
zebranych przez SentiOne.

03

Danych wewnętrznych  
firmy Rebel Tang dla pięciu  
różnych konceptów  
wirtualnych restauracji.

Połączyliśmy świadome deklaracje osób zamawiających posiłki, z nieskrępowanymi wypowiedziami internautów na temat dostawy. Dane uzupełniliśmy wynikami sprzedaży naszych restauracji: Prokuratura, Grube Pierogi, Vito Calzone, Wege Gang i Rano Podano.

**REBEL  
TANG**

**#FoodDelivery2021**

# 53,3%

**badanych zamawia w restauracjach,  
których wcześniej nie znało.**



Nie boimy się nowych smaków. **To dobry znak dla nowych konceptów restauracyjnych.**

\*Dane agencji badawczej ARC Rynek i Opinia



## Co skłoniłoby Cię do zamówienia dostawy z restauracji, w której do tej pory nie jadłeś/aś?

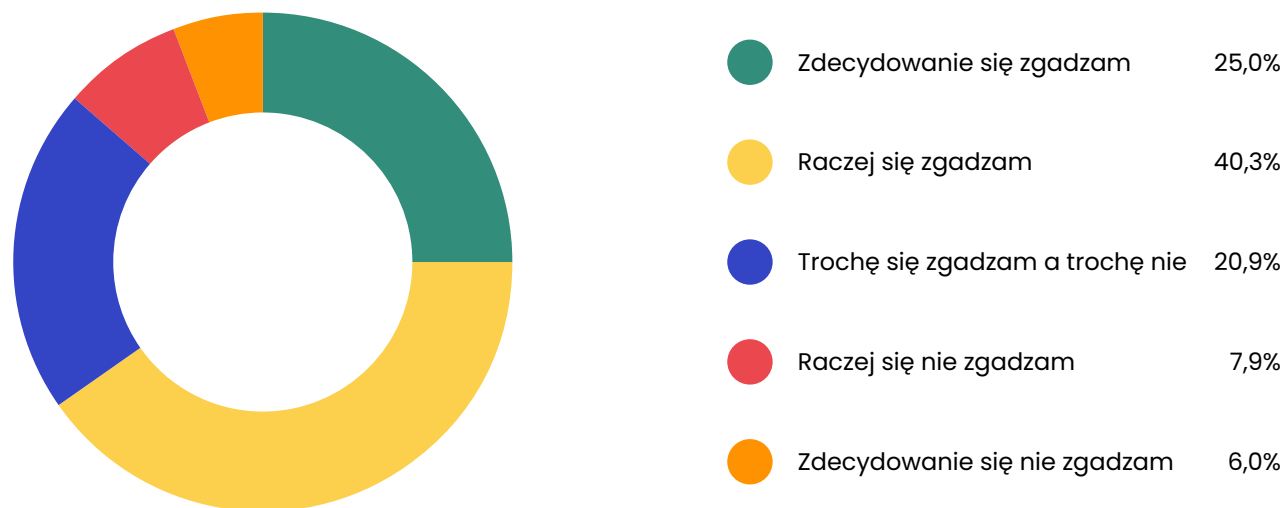


**Czym zachęcić konsumenta, aby spróbował właśnie naszych dań?**



Kluczem do sukcesu okazuje się ciekawe menu i darmowa dostawa.

## Moje oczekiwania względem tej samej potrawy zamówionej w dostawie i na miejscu są identyczne

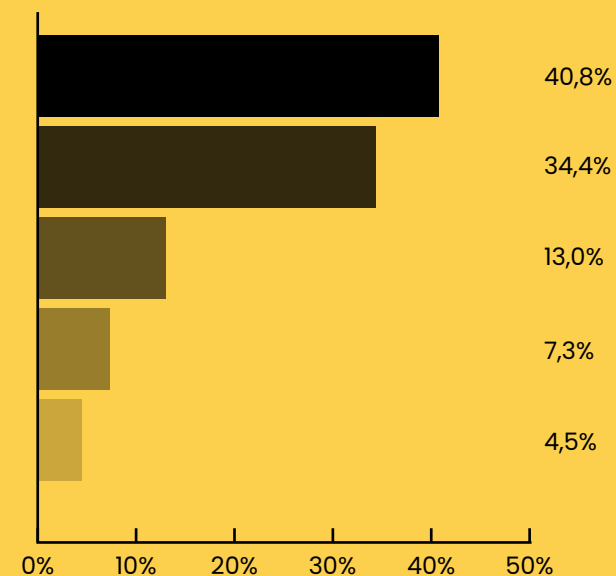


**65,3%** badanych

ma takie same wymagania co do posiłku zamawianego w dostawie, jak w lokalu.  
**Smak i stan potrawy** to najważniejsze czynniki decydujące o opinii zamawiających.

\*Dane agencji badawczej ARC Rynek i Opinia

## Na pozytywną opinię na temat restauracji, z której zamówiłeś/aś jedzenie w dostawie wpłynie w pierwszej kolejności:



- Smak
- Stan potrawy (konsystencja, temperatura posiłku)
- Czas dostawy
- Koszt dostawy
- Kontakt z dostawcą



# Czy zamówił(a)byś jedzenie z restauracji, która oferuje dania **tylko w dowozie?**





 Komentarz eksperta

# Marek Cynowski

CEO Rebel Tang

---

Hybrydowy styl życia przyzwyczaił rynek do wygody płynącej z rozwiązań Q-commerce. **Postpandemiczny konsument nie tylko nie zmieni swoich oczekiwań, ale przeniesie je na kolejne branże.** W gastronomii trend ten obserwujemy już od ponad roku.

Zamówienie posiłku musi być dziś **maksymalnie proste**, a dostawa szybka i bezproblemowa. Dane pokazują, że **obok smaku i jakości dania to właśnie czas dostarczenia posiłku odgrywa kluczową rolę w walce o satysfakcję klientów.**

Właśnie dlatego w Rebel Tang tworzymy **sieć franczyzową w modelu wirtualnych restauracji**. Wprowadzamy do branży technologiczny know-how, oparty na analizie big data. Maksymalizujemy wykorzystanie kuchni partnerów, odpowiadając na rosnące wyzwania dotyczące jakości i logistyki dostaw.

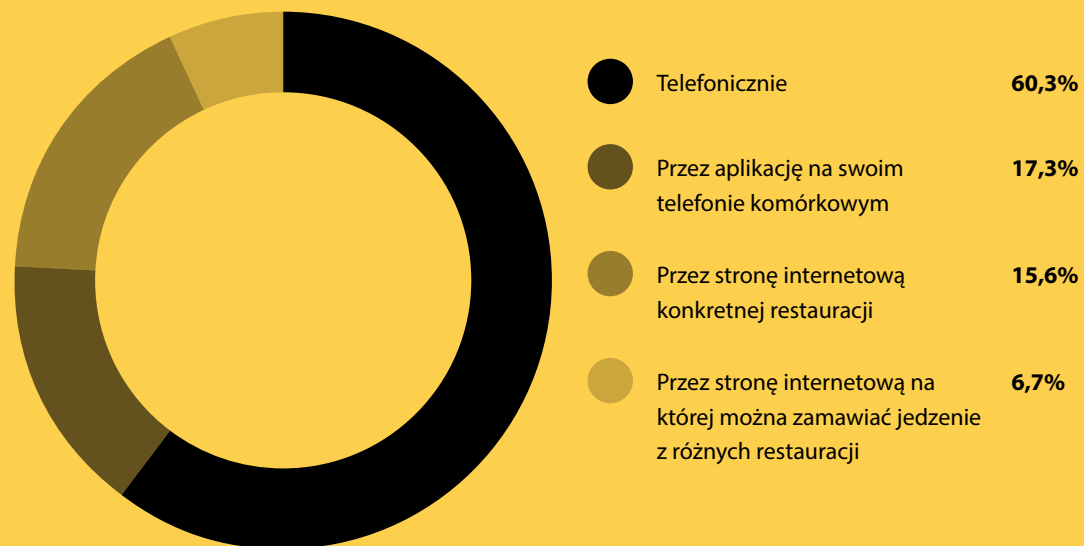


# Telefon nadal w modzie

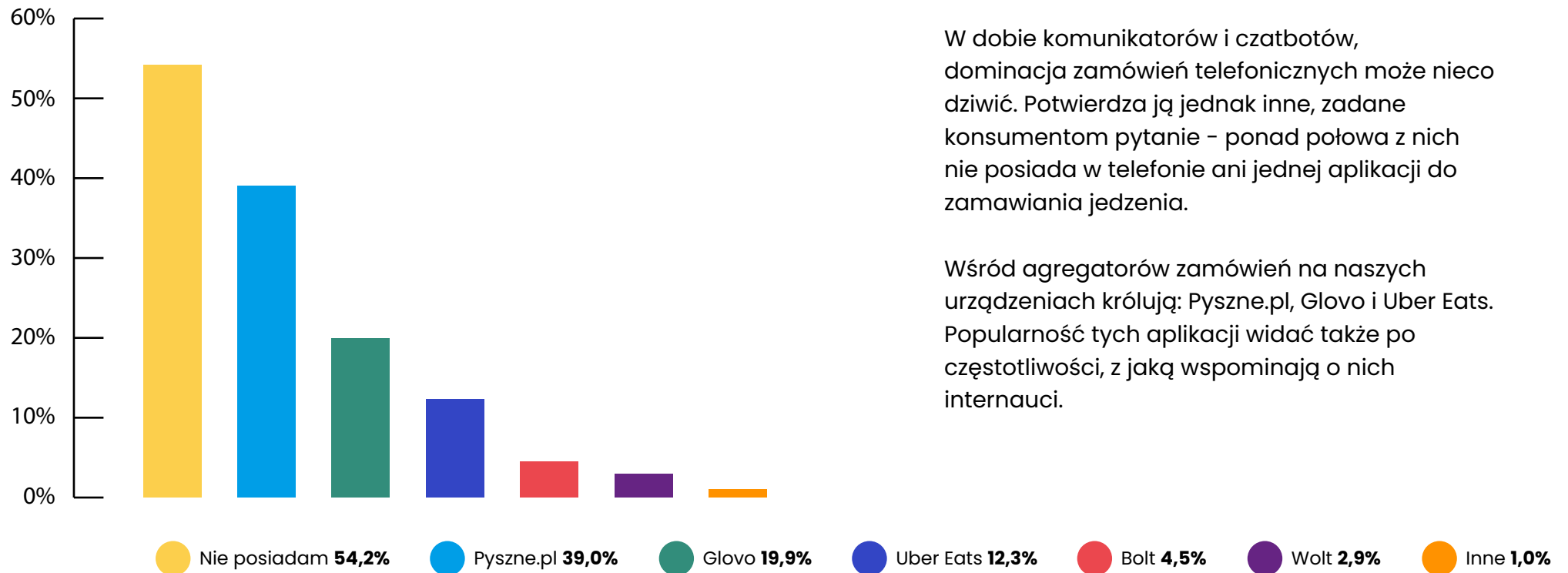
Większość z nas najczęściej  
zamawia jedzenie telefonicznie



**W jaki sposób zamawiałeś/aś jedzenie  
z dowozem najczęściej w zeszłym roku?**

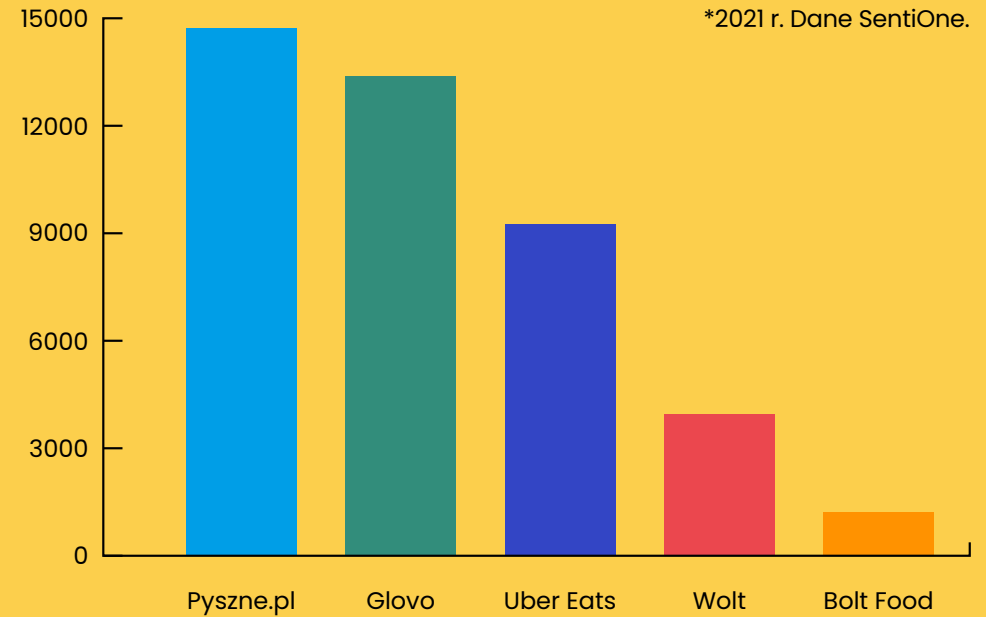


# Czy posiadasz w telefonie przynajmniej jedną aplikację do zamawiania jedzenia? Jeśli tak, to jaką?



\*Dane agencji badawczej ARC Rynek i Opinia. Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100%.

# Liczba wzmianek w sieci na temat aplikacji do zamawiania jedzenia



**Ewa**

07 stycznia 2021

Dostałam kod rabatowy na 22 zł od pyszne.pl, więc zamówiliśmy zarcie



**Paulina**

27 lutego 2021

No właśnie przez to że prawie cały czas zamawiamy na glovo to to siano leci. W sumie chciałabym zacząć robić samemu obiad ale pomimo tego że jesteśmy rok razem to jakoś nie mogę się przelamać



**Piotr**

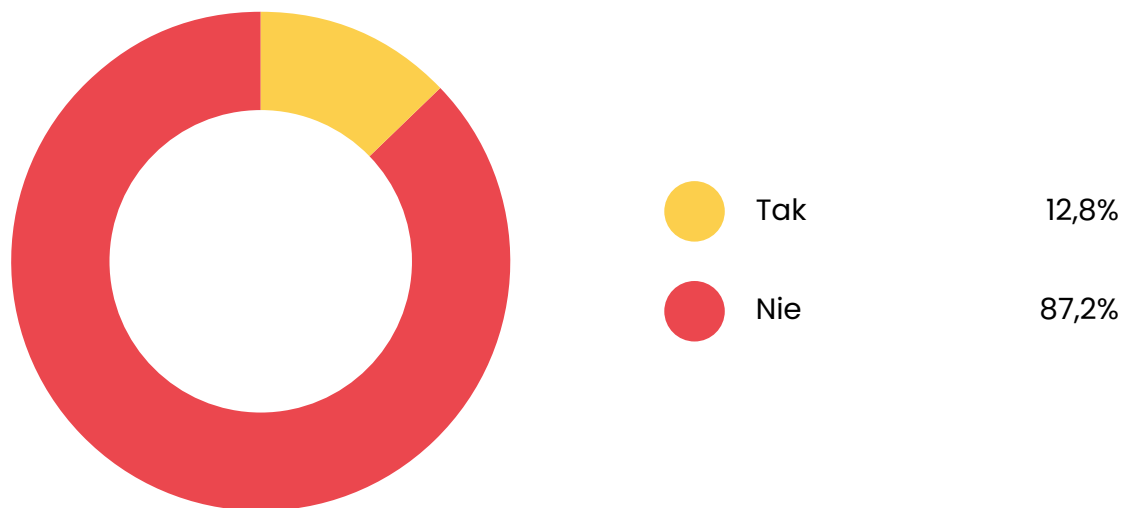
05 stycznia 2021

Mam kodzik na uber eats jak coś, ale to chyba tylko na pierwsze zamówienie działa.

Więcej niż co dziesiąty konsument słyszał już o wirtualnych restauracjach - czyli takich, które oferują jedzenie tylko w dostawie, najczęściej za pośrednictwem wspomnianych aplikacji.



## Czy słyszałeś/aś kiedyś o wirtualnych restauracjach/dark kitchen?



\*Dane agencji badawczej ARC Rynek i Opinia



 Komentarz eksperta

# Paweł Aksamit

Prezes zarządu Stava S.A.

---

Nie jest zaskoczeniem, że ponad połowa zamawiających jedzenie z dowozem nie ma na smartfonie żadnej służącej do tego aplikacji. Konsumenci wciąż najczęściej dzwonią bezpośrednio do restauracji, co potwierdzają także nasze dane.

Jednocześnie **zamówienia online** (poprzez strony internetowe czy przeznaczone do tego platformy) w szybkim tempie zyskują na znaczeniu.

Rynek dowozów jedzenia jak i sam segment zamówień online charakteryzuje niezwykła dynamika. Coraz więcej konsumentów ceni sobie wygodę związaną z zamawianiem posiłków do domu czy pracy. Zmienia się również definicja niedzielnego obiadu, na który chętnie zamawiane są dania z ulubionej restauracji. Polacy, jak wynika z naszych obserwacji i danych o zamówieniach, zaczynają cenić wyżej rozwój hobby czy aktywne spędzanie wolnego czasu niż gotowanie.



**REBEL  
TANG**

**#FoodDelivery2021**

# A może coś do picia?

W maju przeprowadziliśmy eksperyment. Wychodząc z założenia, że w restauracji kelner najpierw pyta o coś do picia, przesunęliśmy napoje na szczyt menu.

## Efekty?

↑ **159%**  
Wzrost sprzedaży Pepsi Max

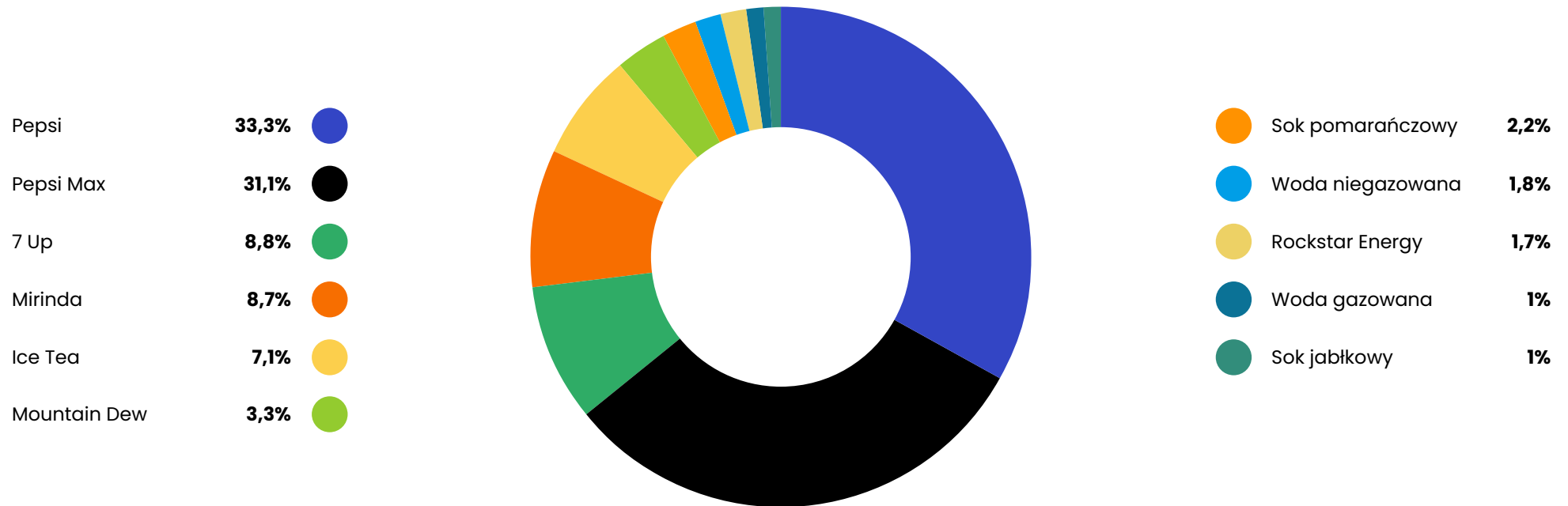
↑ **119%**  
Wzrost sprzedaży Mirindy



\*Dane Rebel Tang



# Podział napojów zamawianych do dań w dostawie



Kalorie mają znaczenie? Niemal równie często, jak **Pepsi**, do dań zamawianych w restauracjach Rebel Tang wybierana jest **Pepsi Max**, maximum smaku, zero cukru.

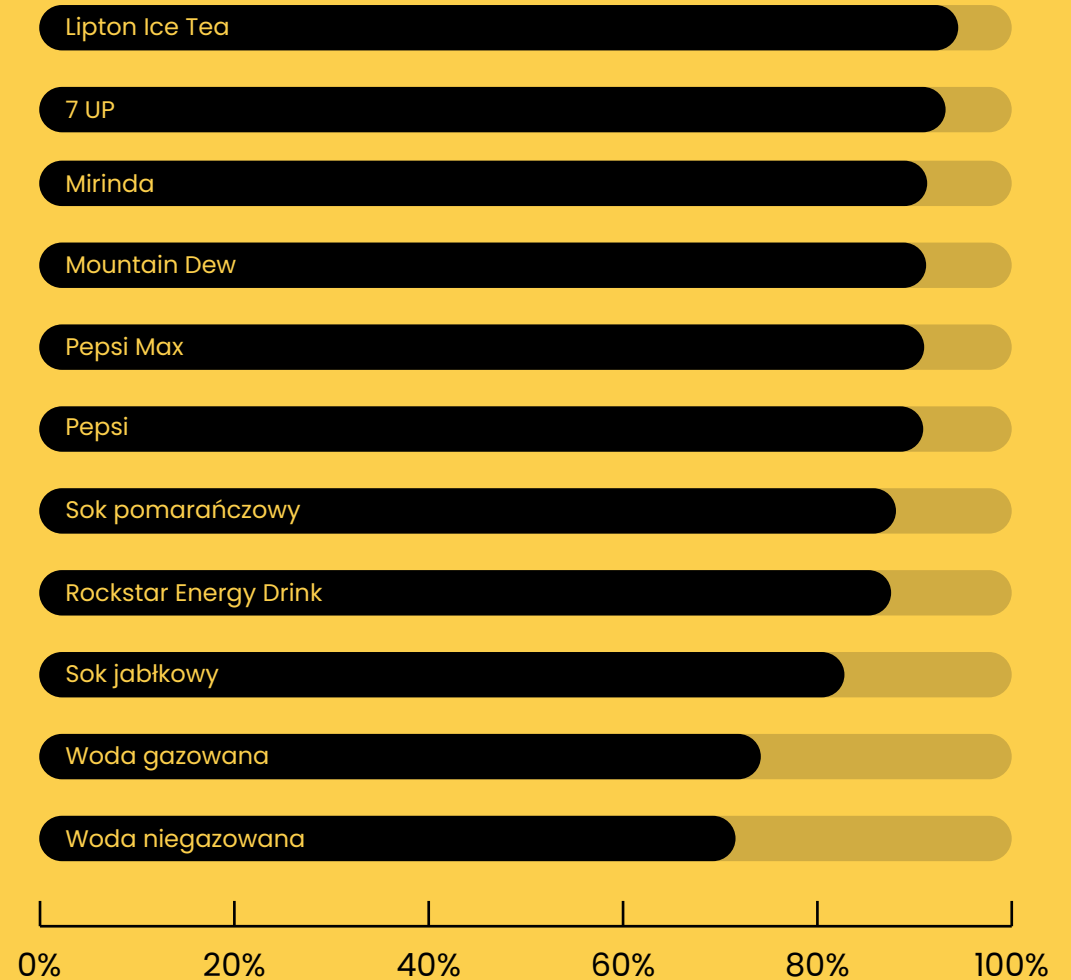
**REBEL  
TANG**

9 na 10 napojów w Rebel Tang  
sprzedawane jest w zestawie.



**Odsetek zamówień w zestawie i poza nim**

● W zestawie ● Poza zestawem



\*Dane Rebel Tang



# Iwona Wojna

eCommerce and Customer Digital Manager,  
Central Europe and Greater Balkans, PepsiCo

Rynek jedzenia z dostawą przechodzi intensywną transformację cyfrową. Zmiany zachodzą równocześnie na wielu płaszczyznach i trwale zmienią ten segment.

**Po pierwsze**, obserwujemy znaczne przyspieszenie samego czasu dostawy. Po wejściu na rynek agregatorów i wyspecjalizowanych firm kurierskich zamówienia stają się szybsze i bardziej dostępne.

**Po drugie**, zmieniają się też nawyki zakupowe konsumentów. Zamawiamy, żeby zrealizować nowe potrzeby, jak jedzenie w czasie pracy na home office, podczas odwiedzin znajomych (zamiast gotowania) lub gdy nie mamy możliwości wyjścia z domu.

**Po trzecie**, jako konsumenci coraz częściej sięgamy po zestawy, a napój staje się integralną częścią oferty. Jak pokazują dane z poniższego raportu, **około 90% zamówień napojów** realizowane jest w zestawie. Jest to spójne z trendem „one-click” – im mniej klików na ścieżce zakupowej, tym lepiej. Wewnętrzne doświadczenia PepsiCo pokazują, że sprzedają się też inne kategorie, takie, jak chipsy i przekąski, o które powiększane są zestawy. Widzimy, że zapotrzebowanie na snacki w dostawie rośnie i jest sposobem na poszerzenie oferty.



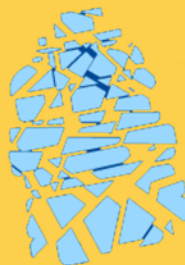
# Plastik w 100% z recyklingu!

W celu ograniczenia swojego wpływu na środowisko, coraz więcej producentów napojów do wytworzenia opakowań wykorzystuje surowiec rPET. rPET to po prostu „recycled PET”, czyli plastik powstały z ponownego przetworzenia. Dzięki temu rozwiązaniu ogranicza się ilość plastiku wprowadzonego do ekosystemu. Produkcja rPET jest także mniej energochłonna niż wytworzenie surowca pierwotnego, co zmniejsza ilość emitowanych gazów cieplarnianych.



# 1

Odpady plastikowe z żółtego pojemnika trafiają do sortowni i recyklingu.



# 2

Plastik mielony jest na drobne płatki, podgrzewany do wysokiej temperatury, a następnie wytłaczany w długie paski.



# 3

Paski cięte są na drobne cząstki zwane regranulatem.



# 4

Z regranulatu powstają preformy – mini butelki, które po rozgrzaniu rozdmuchują się, uzyskując pożądany kształt nowej butelki ulubionego napoju.



# Kamil Andrzejewski

Senior Brand Manager PEPSI, PepsiCo

---

Od kilku lat na polskim rynku obserwujemy dynamiczny wzrost świadomości konsumentów na temat wpływu ich codziennych decyzji zakupowych na środowisko.

W trosce o naszą planetę Polacy starają się lepiej segregować odpady, oszczędzać energię elektryczną i wodę czy lepiej gospodarować żywnością. Oczekują, że przedsiębiorstwa również podejmą działania na rzecz zrównoważonego rozwoju.

W odpowiedzi na rosnący problem zanieczyszczeń, pod koniec w 2021 r. PepsiCo zrezygnowało z korzystania z surowca pierwotnego do produkcji butelek marek PEPSI oraz Mirinda. Do ich wytworzenia obecnie jest wykorzystywany wyłącznie plastik z recyklingu, dzięki czemu PepsiCo stało się największym producentem napojów w Polsce korzystającym z rPET na tak dużą skalę.



# Jak zamawiać, to pizzę!



Z takiego założenia wyszło w ubiegłym roku ponad trzy czwarte z nas.



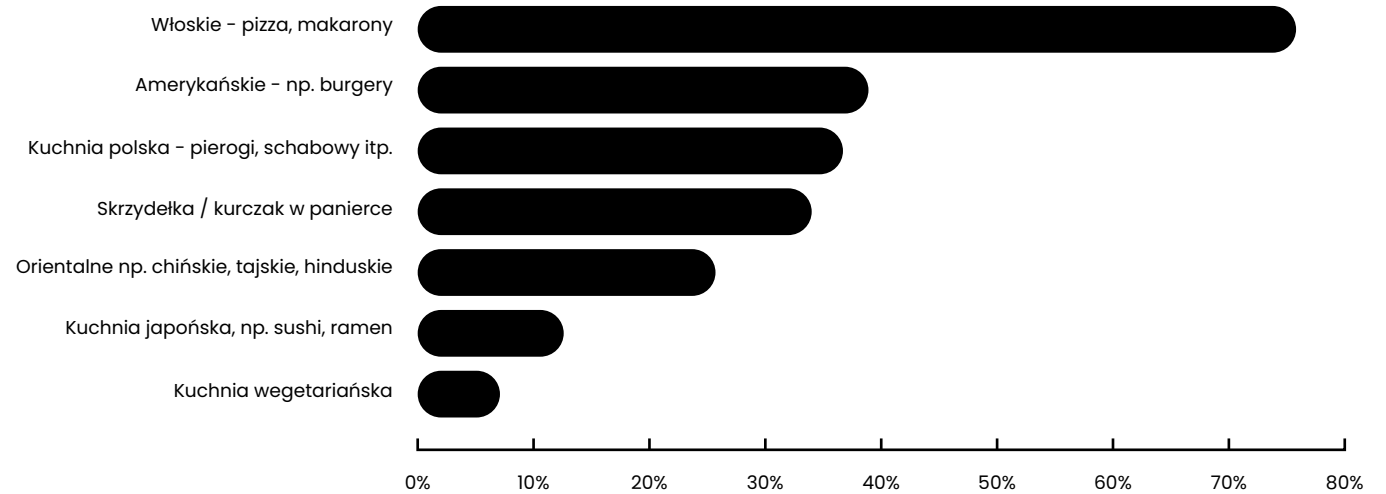


**REBEL  
TANG**

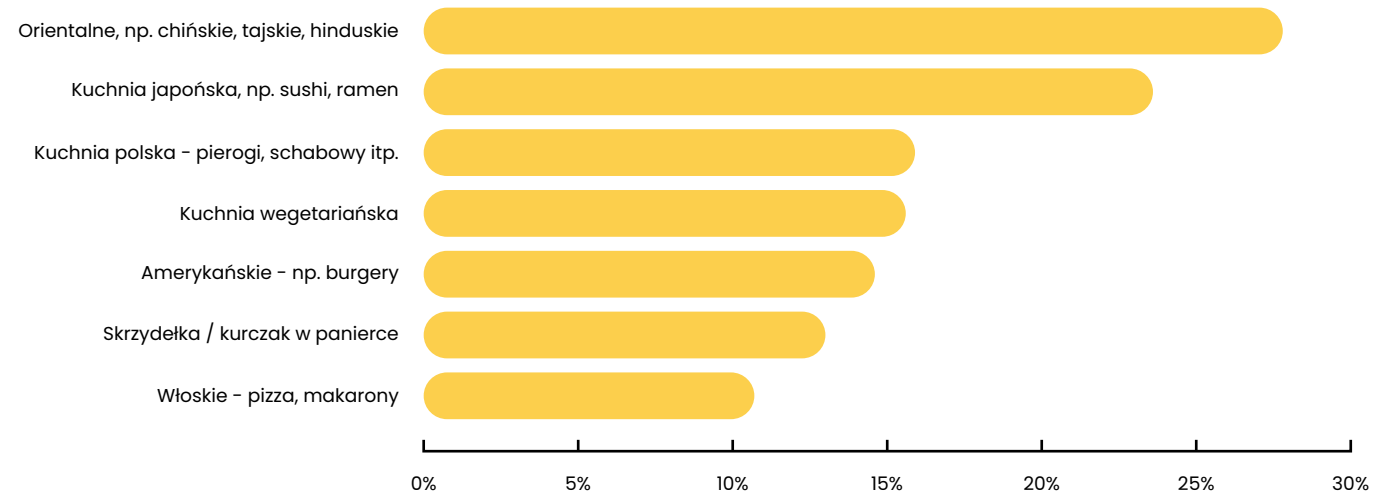
Patrząc na brakujące rodzaje kuchni w okolicy badanych, można zastanawiać się czy mając dostęp do szerszej oferty gastronomicznej ich wybory nie byłyby nieco inne.



### Jaki rodzaj jedzenia z dowozem zamawiałeś/aś w zeszłym roku przynajmniej raz?



### Jakiego rodzaju potraw brakuje w dowozie w Twojej okolicy?



\*Dane agencji badawczej ARC Rynek i Opinia. Pytanie wielokrotnego wyboru. Wyniki nie sumują się do 100%.

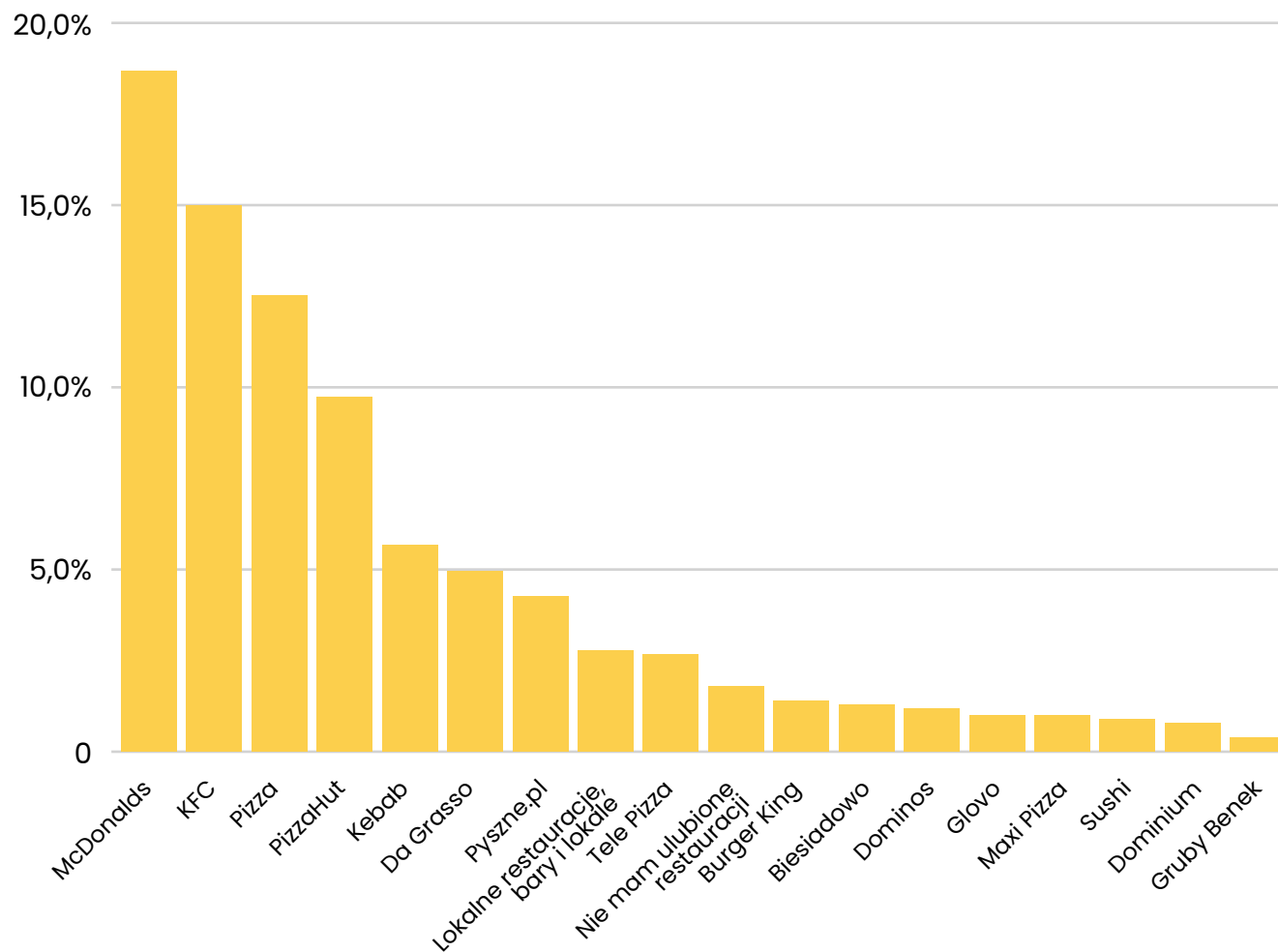
## Love brand...? Fast food!

Pytania otwarte pokazują popularność szybkiego jedzenia. Przywołując z pamięci, jako ulubione respondenci najczęściej wskazują McDonald's i KFC. Większość wskazujących na pizzę nie podaje jej marki.

Część pytanych utożsamia także z restauracją... nazwę aplikacji do zamawiania posiłków.

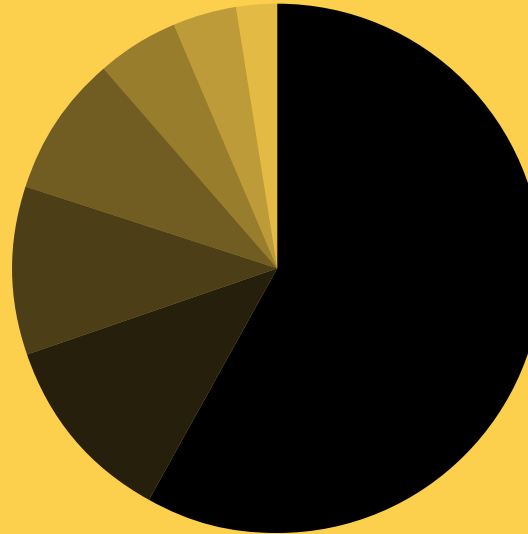


### Jakie są Twoje ulubione marki restauracji?



\*Dane agencji badawczej ARC Rynek i Opinia. Pytanie otwarte.

# Zestawienie dyskusji



\*2021 r. Dane SentiOne

## #FoodDelivery2021

Pizza	58,2%
Sushi	11,7%
Burgery	10,2%
Kuchnia Polska	8,7%
Dania azjatyckie	5,0%
Dania z kurczakiem	3,7%
Dania wegetariańskie	2,4%

Zamówienie sushi nie jest dla konsumentów codziennością, co nie oznacza, że dania te nie cieszą się popularnością w nieco inny sposób.



Faktem wybrania właśnie tego posiłku chętnie chwalamy się w social mediach - w 2021 roku polscy internauci w kontekście dostawy rozmawiali nie tylko o pizzy.



 **Komentarz eksperta**

# Tomasz Grabski

Food & Business Development Chef

---

W ostatnich latach przyzwyczailiśmy się do jedzenia poza lokalem. Restauratorzy nauczyli się gotować i komponować dania, które znoszą dostawę bez wpływu na jakość potraw.

Działo się tak jeszcze zanim świat poznał COVID-19, jednak pandemia przyspieszyła ten trend i poszerzyła ofertę w dowozie. Od lat do domu zamawialiśmy pizzę, a dziś okazuje się że nawet restauracje serwujące jedzenie postrzegane jako premium, świetnie radzą sobie w tym kanale. Idealnym przykładem tego jest sushi.

Dane płynące z raportu pokazują, że popularne pozostają kuchnie polska i włoska, które dają nam poczucie bezpieczeństwa i komfortu. Królują pierogi i makarony w podstawowej odstonie. W tym samym czasie na salonach pojawia się mocny wpływ orientu z daniami typu stir-fry, gyoza, bułeczkami Bao czy kremowymi curry.

Jednym z najważniejszych trendów kulinarnych tego roku może się okazać eskapizm. Dodawanie tradycyjnym daniom nowego twistu przenosi konsumentów w daleką podróż, co podczas domowej konsumpcji może okazać się dodatkowym atutem.

## Najchętniej zamawiane w Rebel Tang:

**Kanapka Prokurator**



**Pierogi ruskie**



**Twister Veggets**



**46,5 zł**

Średnia wartość zamówienia

**36 min**

Średni czas dostarczenia  
posiłku do klienta

**Calzone Capri**



**Materiał powstał na zlecenie firmy**

# REBEL TANG™

.....

**Łączymy gastronomię z nowoczesną technologią**

.....

**Zapraszamy do kontaktu:**

[www.rebeltang.com](http://www.rebeltang.com) / [kontakt@rebeltang.com](mailto:kontakt@rebeltang.com)

PARTNERZY RAPORTU:

