

## ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

Αθήνα, 10/2/2025

### **Πανελλαδική Έρευνα καταναλωτών/επισκεπτών σε καταστήματα Εστίασης & Διασκέδασης**

Πολύ ενδιαφέροντα τα ευρήματα της πανελλαδικής έρευνας “**Καταναλωτών/επισκεπτών καταστημάτων εστίασης & διασκέδασης**” που διεξήχθη από την εταιρεία ερευνών/δημοσκοπήσεων Paltos Analysis για λογαριασμό του Πανελληνίου Σωματείου Καταστημάτων και Καταναλωτών Εστίασης & Διασκέδασης (ΠΑ.Σ.Κ.Κ.ΔΙ) το διάστημα 14–6/1/2025, σε αντιπροσωπευτικό δείγμα 1.001 ατόμων. Η έρευνα παρουσιάστηκε από τον κ. Πασχάλη Τεμεκενίδη (Δ/ντή Ερευνών της Paltos Analysis) σε ειδική ημερίδα στο Metropolitan Expo, κατά τη διάρκεια της έκθεσης HORECA 2025, την 8η Φεβρουαρίου 2025 και ώρα 11:00.

Στη συχνότητα εξόδου για φαγητό, το 40% βγαίνει έξω για φαγητό τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα, ενώ μόλις το 13% των ερωτηθέντων δηλώνουν ότι δεν βγαίνουν έξω ποτέ για φαγητό. Οι άνδρες βγαίνουν για φαγητό τουλάχιστον μια φορά την εβδομάδα σε ποσοστό 52% έναντι αντίστοιχου ποσοστού 29% μεταξύ των γυναικών.

Στις «Κατηγορίες καταστημάτων εστίασης» που επισκέπτονται, οι ταβέρνες/εστιατόρια γενικής κουζίνας πλειονοψηφούν ως 1<sup>η</sup> προτίμηση με 28% και έπονται οι ψησταριές/σουβλατζιδικά με 23% και τα μεζεδοπωλεία/ουζερί με 21%, ενώ σε μεγάλη απόσταση ακολουθούν οι ψαροταβέρνες (8%), οι πιτσαρίες/σπαγγετερίες (7%) και τα fast food με 4%. Οι ηλικίες πάνω από 55 ετών προτιμούν σε μεγαλύτερο βαθμό τις ψαροταβέρνες (15% έναντι 8% στο σύνολο) και οι νέοι κάτω των 35 ετών δείχνουν αυξημένη προτίμηση στα fast food (10% έναντι 4% στο σύνολο). Η μέση κατά κεφαλή δαπάνη σε κάθε έξοδο για φαγητό εκτιμάται σε 22 ευρώ, ενώ η χαμηλότερη κατά κεφαλή δαπάνη καταγράφεται μεταξύ φοιτητών/σπουδαστών και ανέργων και η υψηλότερη μεταξύ εμπόρων/ ελευθέρων επαγγελματιών και επιχειρηματιών.

Στα κριτήρια επιλογής ενός καταστήματος εστίασης προηγούνται η «Ποιότητα/Γεύση» (74%) και η «Υγιεινή/Καθαριότητα» (51%), με την «Τιμή» να ακολουθεί από κοντά (49%). «Παραδοσιακά/Τοπικά πιάτα» θεωρεί σημαντικό να διαθέτει ένα κατάστημα εστίασης το 67% των καταναλωτών, τα καινοτόμα πιάτα/νέες συνταγές ακολουθούν με 44%, τα ειδικά μενού (για δυσανεξία κτλ.) αξιολογούνται ως σημαντικά από το 38%, τα πιάτα με βιολογικά προϊόντα από το 35% και τα πιάτα για χορτοφάγους/vegan από το 25%.

Η τηλεφωνική κράτηση (63%) προηγείται, της κράτησης μέσω ειδικής πλατφόρμας (διαδικτυακά) και της δια ζώσης κράτησης (6% η καθεμιά) ως προτιμότερος τρόπος κράτησης σε ένα κατάστημα εστίασης, ενώ περίπου 1 στους 5 (19%) δηλώνουν ότι δεν κάνουν ποτέ κράτηση σε κατάστημα εστίασης. Ως προς τον προτιμότερο τρόπο πληρωμής σε καταστήματα εστίασης, προηγείται η πλαστική πιστωτική ή χρεωστική κάρτα με 46% και ακολουθούν τα μετρητά με 41% και η κάρτα μέσω κινητού τηλεφώνου με 12%.

Η πλειονοψία (64%) χαρακτηρίζει ως υψηλές τις τιμές στα καταστήματα εστίασης, ενώ το 33% τις θεωρεί κανονικές. Όσον αφορά στον τρόπο έκφρασης δυσαρέσκειας για κάποια αρνητική εμπειρία κατά την επίσκεψη σε ένα κατάστημα εστίασης, το 58% αναφέρουν ότι δεν λένε τίποτα και δεν το επισκέπτονται ξανά, το 29% διαμαρτύρεται στη διεύθυνση του καταστήματος, το 29% το δυσφημίζει σε φίλους και γνωστούς και το 18% γράφει αρνητικά σχόλια στα social media.

Σε σχέση με τη συχνότητα παραγγελιών φαγητού στο σπίτι (delivery)», το 42% παραγγέλνει τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα, ενώ δεν παραγγέλνει ποτέ φαγητό στο σπίτι το 17% των ερωτηθέντων. Το ποσοστό των ανδρών που παραγγέλνουν φαγητό στο σπίτι τουλάχιστον μια φορά την εβδομάδα φθάνει στο 50%, έναντι 35% μεταξύ των γυναικών.

Ως προς το είδος φαγητού που παραγγέλνουν, ως 1<sup>η</sup> επιλογή προηγούνται με διαφορά τα σουβλάκια και τα ψητά κρέατα (60%) και ακολουθούν οι πίτσες με 22%. Η τηλεφωνική παραγγελία προηγείται ως προτιμότερος τρόπος παραγγελίας (53%) και ακολουθεί η παραγγελία μέσω πλατφόρμας παραγγελιών (όπως π.χ. το efood κτλ) με 35%. Ως προς τον τρόπο πληρωμής φαγητού που παραγγέλνουν στο σπίτι (delivery) προηγούνται τα μετρητά (52%) και ακολουθεί η πλαστική πιστωτική ή χρεωστική κάρτα με 32% και η πληρωμή με κάρτα μέσω κινητού τηλεφώνου με 15%. Στους παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή καταστήματος, όταν παραγγέλνουν φαγητό στο σπίτι (delivery), προηγούνται η «Ποιότητα/Γεύση» (78%), οι «Τιμές» (44%), η «Ταχύτητα παράδοσης» (36%) και η «Υγιεινή/Συσκευασία φαγητού» (31%).

Στο ερώτημα αν γνωρίζουν τη χρήση αυτοκόλλητων ασφαλείας στις συσκευασίες φαγητού και καφέ κατά την παράδοση από τις εταιρείες delivery, το 60% αναφέρουν δεν το γνωρίζουν και το 39% αναφέρουν ότι το γνωρίζουν. Ως προς τη σημαντικότητα της χρήσης αυτοκόλλητων ασφαλείας στις συσκευασίες φαγητού και καφέ κατά την παράδοση από τις εταιρείες delivery, το 71% το θεωρεί πολύ σημαντικό. Μάλιστα το 72% όσων παραγγέλνουν φαγητό στο σπίτι αναφέρουν ότι θα επέλεγαν ένα κατάστημα delivery που χρησιμοποιεί αυτοκόλλητα ασφαλείας, αντί για κάποιο άλλο που δεν τα χρησιμοποιεί. Τέλος ενώ στο ερώτημα εάν θα ήταν διατεθειμένοι να πληρώνουν ένα μικρό ποσό επιπλέον για υπηρεσίες που περιλαμβάνουν τέτοιου είδους μέτρα ασφαλείας, οι θετικές απαντήσεις ανέρχονται σε 47%, έναντι 44% των αρνητικών.

*\*Τα πλήρη αποτελέσματα της έρευνας αναρτήθηκαν στο επίσημο site του ΠΑΣΚΚΕΔΙ ([www.paskedi.gr](http://www.paskedi.gr))*

ΜΕ ΤΗΝ ΠΑΡΑΚΛΗΣΗ ΝΑ ΔΗΜΟΣΙΕΥΤΕΙ