Warszawa, 24 września 2020 r.

**W pandemii omijamy kina oraz centra handlowe i idziemy do znajomych**

**Lockdown się skończył, ale nie w głowach Polaków. Mimo, że już od dłuższego czasu można bez problemów wybrać się do kina, restauracji, lekarza, fryzjera, na siłownię czy do kościoła, większość osób, która wcześniej bywała w tych miejscach, teraz robi to rzadziej, a niektórzy nadal unikają wyjść. Z wizyt w kinie czy teatrze zupełnie zrezygnowało 47 proc. Polaków, taki sam odsetek klientów mniej chętnie chodzi na zakupy do galerii handlowych, a 46 proc. nie tak często jak wcześniej bywa w restauracjach – wynika z badania zrealizowanego na zlecenie Rejestru Dłużników BIG InfoMonitor. Takie podejście konsumentów przekłada się oczywiście na problemy firm.**

Wydawało się, że narodowa kwarantanna na której Polacy spędzili kilka tygodni skończy się odreagowaniem i nadrabianiem zaległości w dbaniu o wygląd, zdrowie, formę fizyczną pod okiem fachowców, doznania kulturalne, duchowe czy gastronomiczne. Nic takiego. Może tuż po otwarciu galerie handlowe, fryzjerzy czy restauracje odczuli zwiększony ruch, ale fala klientów pojawiła się tylko na chwilę. Z badania przeprowadzonego przez research&grow na zlecenie Rejestru Dłużników BIG InfoMonitor wynika, że większość osób wraca do swoich codziennych aktywności rzadziej niż przed pandemią, a niektórzy wciąż ich unikają.

– *Wyraźnie widać, że w ostatnim czasie wszyscy zachowujemy się inaczej. Po części bierze się to z obaw o własne bezpieczeństwo i ryzyko zarażenia, ale także z troski o nie do końca pewną sytuację domowych budżetów. Swoje robi rosnąca liczba zachorowań na Covid-19, oraz chęć ograniczania wydatków nawet na wszelki wypadek, bo gospodarka przecież ma się nie najlepiej. Dwie trzecie badanych osób mówi, że koncentruje się dziś na zaspokajaniu elementarnych potrzeb, ogranicza wyjazdy i wszelkiego rodzaju ekstrawagancje* – zwraca uwagę **Sławomir Grzelczak**, prezes BIG InfoMonitor. – *Który z elementów ma większe znaczenie, zależy indywidulanie od kondycji zdrowotnej i finansowej badanych, ale* t*rzeba też wziąć pod uwagę trzecią przyczynę: zmianę społecznych zachowań, nowe mody, trendy czy nawyki. Pandemia wiele zmieniła, pytanie na jak długo?* – dodaje.

Najbardziej radyklane zmiany w codziennych nawykach pandemia spowodowała w podejściu do aktywności rozrywkowych, takich jak wyjścia do kina lub teatru. Z seansów i spektakli całkowicie zrezygnowało 47 proc. pytanych, którzy wcześniej w tego typu miejscach bywali (najwyższe wskazanie w badaniu), a 35 proc. dziś zagląda do kin i teatrów rzadziej niż przed pandemią. Może na takich decyzjach zaważył też okres wakacyjny, który zwykle nie sprzyja premierom, ale czy na pewno? Jak podaje PISF, po ponownym otwarciu się na widzów, kina odwiedziło w czerwcu niewiele ponad 3 proc. widowni notowanej przed rokiem i choć później sytuacja się poprawiała, to nieznacznie. Według szacunków w sierpniu nadal było to nie więcej niż 10-15 proc. względem sierpnia 2019.

W czasie lockdownu widzowie zdecydowanie częściej korzystali z platform streamingowych udostępniających treści online. I choć wraz ze zniesieniem ograniczeń część z nich zaczęła szukać innych rozrywek, to i tak w ciągu roku, między sierpniem 2019 a sierpniem 2020, najpopularniejszy serwis tego typu, czyli Netflix, zyskał 2,16 mln użytkowników, co oznacza wzrost o 74,3 proc.

*Zachowanie Polaków po odmrożeniu gospodarki*

 *Źródło: research&grow dla BIG InfoMonitor*

Tego typu zmiany podejścia widać w wielu obszarach naszego codziennego życia. Niemal co drugi badany deklaruje, że do restauracji wychodzi rzadziej niż przed pandemią, niewykluczone, że m.in. dlatego, że po lockdownie częściej gotuje. Wiele osób właśnie na naukę sztuki kulinarnej poświęciło wtedy swój wolny czas. Niższa frekwencja nie pozostaje bez wpływu na kondycję firm, które żyją z usług gastronomicznych. Nienajlepszą sytuację branży potwierdzają dane z baz BIG InfoMonitor. W lipcu zadłużonych było 7,5 proc. firm prowadzących działalność usługową związaną z wyżywieniem, a kwota ich zobowiązań przekraczała 687 mln zł. Z kolei obiekty sportowe mają już niemal 116 mln zł zaległości, od końca marca wzrosły one o niemal jedną czwartą. Tu również nie jest najlepiej z frekwencją dawnych bywalców. Na baseny i siłownie wróciło z taką samą lub większą częstotliwością 21 i 24 proc. badanych, reszta przychodzi rzadziej lub wcale.

Mimo zniesienia ograniczeń i licznych wyprzedaży galerie handlowe nadal odwiedza o 20-30 proc. mniej klientów niż przed rokiem – wynika z szacunków ekspertów. Badanie zrealizowane dla BIG InfoMonitor pokazuje, że choć tylko 15 proc. respondentów w ogóle omija centra handlowe, to aż 47 proc. znacznie ograniczyło robienie tam zakupów. Z odpowiedzi wynika, że łatwiej zrezygnować z tych wizyt mężczyznom (18 proc.) niż kobietom (10 proc.). Z kolei osoby w wieku – 18-24 lat lub 55-64 lat dominują wśród bywających w dużych sklepach częściej niż przed pandemią.

Choć dane o podejściu Polaków do różnych aktywności są z pewnością problemem dla wielu przedsiębiorców prowadzących działalność w poszczególnych branżach, sytuacja ma jeszcze jeden niebezpieczny wymiar. Obawa przed możliwością zarażenia się, ale też wynikające z pandemii ograniczenia dostępu do wielu placówek medycznych, spowodowały, że zaledwie co czwarty respondent badania zrealizowanego dla BIG InfoMonitor po zniesieniu ograniczeń skorzystał z wizyty lekarskiej, a 39 proc. robi to rzadziej niż wcześniej. Łatwo się domyślić, jakie mogą być skutki takiego podejścia. Według informacji z Holandii od lutego do kwietnia wykrywalność nowotworów spadła tam aż o 25 proc.

Są jednak obszary naszego życia, które w mniejszym stopniu zostały dotknięte zmianą codziennych zwyczajów. Np. z wizyty u fryzjera zrezygnowało w ogóle 21 proc. pytanych, a 37 proc. robi to rzadziej niż wcześniej. W porównaniu z kinami, galeriami czy restauracjami jest lepiej, ale czy dobrze? Nawet tu część osób zaczęła radzić sobie sama, a jednak strzyżenie czy farbowanie włosów to nieco większe wyzwanie niż gotowanie czy korzystanie z VOD.

Wyniki badania nie pozostawiają wątpliwości, że najtrudniej jest pozbawić się przyjemności spotkania znajomych. 38 proc. respondentów powiedziało, że robi to równie często jak wcześniej, a 7 proc. – nawet częściej. W tym przypadku zaledwie 9 proc. pytanych zupełnie nie widuje się z przyjaciółmi. To może świadczyć, że Polacy są niezwykle towarzyscy i gdy chodzi o rozmowę i spotkanie ze z przyjaciółmi czy kolegami są w stanie zaakceptować różne przeciwności. – *Można by żartobliwie zapytać, czy to dlatego, że liczymy, że jeśli znajomy, to nie zarazi? Niewykluczone, że jest też powód finansowy, spotkania nie wymagają szczególnych nakładów, a rekompensują brak innych aktywności. Ale trzeba jednak zaznaczyć, że niemal połowa badanych bywa obecnie w swoim kręgu towarzyskim rzadziej niż wcześniej, więc i na tym polu sytuacja się zmieniła* – zaznacza **Sławomir Grzelczak**.

*Co pandemia zmieniła na lepsze w Twoim życiu codziennym, a co się pogorszyło?*

 *Źródło: research&grow dla BIG InfoMonitor*

Relacje osobiste – tym razem z rodziną i najbliższymi – są też najczęściej wymieniane wśród tych, które skorzystały na pandemii i ograniczeniach przez nią wymuszonych. Jak pokazują badania zrealizowane dla BIG InfoMonitor, 55 proc. pytanych wskazuje, że dzięki Covid-19 ma więcej czasu dla siebie i najbliższych, a zdaniem 45 proc. pandemia przyczyniła się do poprawy ich stosunków rodzinnych. Oczywiście były też negatywne odpowiedzi, w pierwszym przypadku udzieliło ich 14 proc. osób, a w drugim 18 proc., w obu sytuacjach nie zmieniło się grupie ok. 30 proc. Bilans jest więc dodatni. Na plus w takim zestawieniu ocen wypadła też praca zdalna. Dominuje natomiast odczucie, że pandemia zaszkodziła finansom. Jako zmianę na gorsze pytani odczuli kwestie związane z oszczędnościami (47 proc.) i codziennymi wydatkami (52 proc.). Więcej negatywnych niż pozytywnych opinii zebrały także nauka w domu i relacje w pracy.

Badanie przeprowadzone przez research&grow, techniką CAWI na ogólnopolskiej próbie reprezentatywnej Polaków N=1000, realizowane w lipcu 2020.

**Biuro Informacji Gospodarczej InfoMonitor** (BIG InfoMonitor) prowadzi Rejestr Dłużników BIG. Działając w oparciu o Ustawę o udostępnianiu informacji gospodarczych i wymianie danych gospodarczych przyjmuje, przechowuje i udostępnia informacje gospodarcze o przeterminowanym zadłużeniu osób i firm. BIG InfoMonitor umożliwia dostęp do baz: Biura Informacji Kredytowej i Związku Banków Polskich, dzięki czemu stanowi platformę wymiany informacji pomiędzy sektorem bankowym i pozostałymi sektorami gospodarki. Oferuje również sektorowi bankowemu i przedsiębiorcom narzędzia do weryfikowania wiarygodności płatniczej klientów i kontrahentów oraz wspiera ich w odzyskiwaniu zaległych należności. BIG InfoMonitor jest spółką zależną sektora bankowego - poprzez Biuro Informacji Kredytowej – swojego głównego akcjonariusza.

**Kontakt dla prasy:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Halina Kochalska**Rzecznik Prasowytel.: +48 22 486 56 16kom.: + 48 602 601 010Halina.Kochalska@big.pl | **Diana Borowiecka**Biuro PR i Komunikacjitel.: +48 22 486 56 46kom.: + 48 607 146 583Diana.Borowiecka@big.pl  |