Warszawa, 27 marca 2023 r.

**Barometr Providenta: Na Wielkanoc wydamy średnio 600 zł**

**W tym roku Polacy planują przeznaczyć średnio 599 zł na święta wielkanocne. To o 64 zł więcej niż w zeszłym roku. Ponad połowa z nich przewiduje, że tej wiosny Wielkanoc będzie dla nich droższa niż w ubiegłych latach.**

Jak wynika z cyklicznego badania Barometru Providenta, aż 92,4 proc. respondentów, którzy przyznali, że tegoroczna Wielkanoc będzie dla nich kosztowniejsza, jako główny powód wskazali inflację i podwyżkę cen produktów. Potwierdzają to dane GUS, według których ceny towarów w lutym 2023 r., w porównaniu z analogicznym miesiącem ub. roku, wzrosły o 18,4 proc. Jeśli chcemy, by zawartość wielkanocnego koszyka była równie bogata jak w zeszłym roku, wzrost wydatków wydaje się nieunikniony.

**Najwięcej wydadzą osoby w wieku 35-44 lat**

Tej wiosny niemal co 10. ankietowany (8,9 proc.) wskazuje, że przyczyną wzrostu kosztów świąt, jest organizacja ich we własnym domu, natomiast 4 proc. duże wydatki wiąże z zaproszeniem większej liczby gości. Te dwie przyczyny były najpopularniejsze wśród osób z grupy wiekowej 18-24 lata – w końcu w tym wieku często wyprawiamy nasze pierwsze świąteczne przyjęcia. Najwyższe wydatki deklarują jednak badani w wieku 35-44 lat, którzy jako jedyni planują przeznaczyć na ten cel więcej niż 700 złotych. Co ciekawe to mężczyźni przewidują wyższe wielkanocne budżety – panowie wydadzą na świętowanie średnio 690 zł, podczas gdy kobiety tylko 519 zł. Choć wielkanocne koszty każdego roku rosną, wciąż są ponad dwukrotnie niższe od tych bożonarodzeniowych.

– *Wydatki na tegoroczną Wielkanoc, mimo wysokiej inflacji, nie wzrosły znacząco w stosunku do ubiegłego roku, bo o 64 zł* – mówi Karolina Łuczak, Rzeczniczka Provident Polska. *– Jednak w tym roku Polacy świadomi wzrostu cen, planują większe oszczędności i przyglądanie się wydatkom –* dodaje.

Według Barometru Providenta, co piąty badany nie zamierza ponosić wyższych kosztów podczas tegorocznej Wielkanocy. Wśród nich, 31 proc. planuje oszczędzić na produktach i kupić tańsze zamienniki, natomiast 32,4 proc. nie kupi wszystkich potrzebnych produktów. Prawie co czwarty całkowicie zrezygnował z organizacji Wielkanocy, co naturalnie minimalizuje koszty, a już co piąty spędza tegoroczne święta w mniejszym gronie.

Dodatkowo, aż 71,5 proc. Polaków, niezależnie od tego, czy przewidują, że ich wielkanocny budżet wzrośnie, zamierza w tegoroczne święta oszczędzać na produktach i uważniej przyglądać się cenom. W tej kategorii niekwestionowanymi mistrzami są mieszkańcy województwa wielkopolskiego – takiej odpowiedzi udzieliło aż 82,5 proc. z nich. Uważniejsze i oszczędniejsze są również kobiety (75,8 proc. vs. 66,7 proc. mężczyzn).

**W zgodzie z tradycją**

*–* *Zbliżające się Święta Wielkanocne to czas, w którym Polacy tradycyjnie sięgają po swoje ulubione potrawy. Według badania Barometru Providenta, podobnie jak w ubiegłych latach, na polskich stołach królują jajka i biała kiełbasa, w których gustuje odpowiednio 89,2 proc. i 61,3 proc. konsumentów –* mówi Karolina Łuczak. *–* *Podium zamyka żurek, który po raz kolejny wygrywa z drugą z popularnych zup, czyli barszczem białym. Żur to niezbędna potrawa na stołach ponad połowy Polaków, podczas gdy barszcz przyrządzi aż o 18 pp. mniej respondentów –* dodaje*.*

W Święta Wielkanocne Polacy nie mogą także obejść się bez tradycyjnych wypieków, takich jak makowiec (35,8 proc.), mazurek (24,2 proc.) i pascha (8,8 proc.).

**O badaniu:**

Barometr Providenta to cykliczne badanie Polaków, które pozwala na lepsze rozumienie zachowań i decyzji finansowych konsumentów. Badanie zostało zrealizowane przez Danae sp. z o.o. metodą CAWI na próbie N=1000 dorosłych Polaków, w marcu 2023 r.

\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*

Provident Polska SA jest częścią grupy finansowej International Personal Finance (IPF) notowanej na Londyńskiej Giełdzie Papierów Wartościowych. IPF działa w 11 krajach na całym świecie. W Polsce Provident działa od 1997 roku i jest największą firmą na rynku pozabankowych pożyczek gotówkowych. Prezesem zarządu jest Agnieszka Kłos-Siddiqui.

Provident Polska jest firmą multikanałową i multiproduktową - dociera do wszystkich grup klientów i oferuje szereg produktów: pożyczkę konsumencką dostępną w wariantach online, z obsługą domową lub samodzielną spłatą, a także pożyczkę dla firm.

Jednym z filarów strategii biznesowej Providenta jest odpowiedzialne pożyczanie. W 2022 roku Provident zaprezentował piąty raport społeczny, w którym podsumowane zostały działania firmy w latach 2020-2021. Provident jest jedyną firmą pożyczkową, która przygotowuje raport CSR. Za lata 2014, 2015 oraz 2017, 2018, 2019  otrzymał tytuł „Etyczna Firma” przyznawany przez redakcję dziennika „Puls Biznesu”, a w roku 2020 i 2022 tytuł Super Etycznej Firmy. W 2015 roku, będąc jednym z największych reklamodawców sektora finansowego, Provident został sygnatariuszem Rady Reklamy. Firma dziesięciokrotnie została wyróżniona certyfikatem Top Employer (w latach 2013-2023).