

Początki pizzy sięgają już starożytnej Grecji, choć forma, w jakiej znamy ją współcześnie, została rozpropagowana przez nowożytnych Rzymian, a właściwie Włochów. Jednak dopiero przeniesienie jej przez włoskich imigrantów na amerykańską ziemię na przełomie XIX i XX wieku zapoczątkowało wielki globalny sukces tego dania. Cały świat docenił ją za jej prostotę, wyjątkowe bogactwo rodzajów, a przede wszystkim niezwykle połączenie puszystego ciasta z serem i pysznymi dodatkami. Także Polacy pokochali to danie, które od lat jest jedną z najczęściej zamawianych potraw w lokalach gastronomicznych.

Spróbujemy zatem zbadać, czy na tej miłości do drożdżowego placka z ciągnącym się serem i dodatkami można zarobić. Wskażemy, jakie pozwolenia trzeba będzie uzyskać, by otworzyć własną pizzerię, przedstawimy wyposażenie, jakie trzeba do niej zakupić, aby nadążyć za realizacją zamówień klientów, oraz podpowiemy, jak stworzyć menu i kogo trzeba będzie w takim miejscu zatrudnić. A na koniec policzymy, na jakie zyski będzie można liczyć.

Charakterystyka rynku

Choć cała branża gastronomiczna była jedną z niewielu, która nie odczuła skutków kryzysu, i wzrasta na dodatek z roku na rok, to jej poszczególne segmenty przechodzą cykliczne wahania.

Sam sektor pizzerii największym dynamizmem cechował się do 2008 r. I choć pozycja pizzy jako jednej z ulubionych potraw wydaje się niezagrożona jeszcze przez długie lata, to rynek jest już trochę nią nasycony. Klienci kosztem pizzy zaczęli odkrywać inne dania, takie jak np. kebab czy sushi. Podczas gdy do wspomnianego wyżej roku powstawało kilkadziesiąt nowych lokali pizzerii rocznie, to dziś otwiera się już pojedyncze.

Jak podaje CBOS, ok. 7% Polaków zamawia dania z dostawą do domu. Jest to dużo gorszy wynik niż w przypadku mieszkańców krajów zachodnich. Dzięki temu, że wciąż tylko co jedenasta osoba stołuje się poza domem kilka razy w tygodniu, polski rynek gastronomiczny obejmujący także pizzerie jest bardzo perspektywiczny. Według szacunków ekspertów wart był on na koniec 2011 roku ok. 29 mld zł. W tym roku, dzięki Euro 2012, ma szansę urosnąć do ponad 30 mld zł. Choć konsumenci najwierniejsi są polskiej kuchni, to dania kuchni włoskiej są zaraz za nią:

- polska kuchnia – 44%
- włoska kuchnia (pizza, makarony) – 25%
- amerykańska kuchnia (hot dogi, hamburgery) – 6%
- arabska kuchnia (kebab) – 6%
- azjatycka kuchnia – 4%
- inne – 2%
- nie jadam w lokalach gastronomicznych – 12%

Pizza najwięcej zwolenników ma wśród młodych ludzi z przedziału 20-29 lat.

Rosnące wymagania konsumentów sprawiły, że zmienia się profil istniejących na rynku lokali. Najbardziej widoczne jest to w strategii działania