

Poradnik Restauratora

najchętniej czytany pismem gastronomicznym wśród profesjonalistów zrzeszonych w stowarzyszeniach kulinarnych w Polsce.

Od kilku lat dotarcie i czytelność branżowej prasy gastronomicznej nie było weryfikowane przez uznane na rynku biura badawcze.

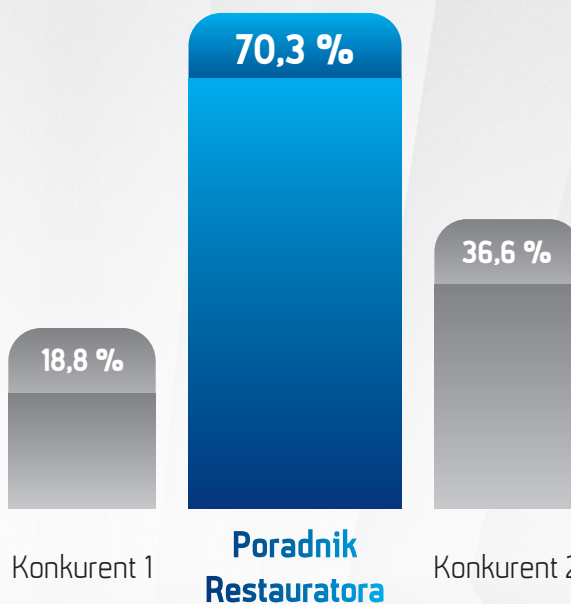
Redakcja „Poradnika Restauratora” może jednak zaprezentować Państwu wyniki ankiety, którą na naszą prośbę przeprowadziły czołowe polskie stowarzyszenia kulinarne we wrześniu bieżącego roku, wśród kucharzy, szefów kuchni i ekspertów kulinarnych zrzeszonych w ich szeregach. Osób, które w swoim życiu zawodowym wielokrotnie korzystają z fachowych mediów, w tym oczywiście ze wszystkich uznanych na rynku HoReCa tytułów prasy branżowej.

Anonimowa ankieta dotycząca prasy gastronomicznej została łącznie wysłana do **962 osób** zrzeszonych w ramach:

- Euro-Toques Polska;
- Klubu Szefów Kuchni;
- Ogólnopolskiego Stowarzyszenia Szefów Kuchni i Cukierni;
- Polskiej Inicjatywy Kulinarnej;
- Polskiego Stowarzyszenia Kucharzy;
- Stowarzyszenia Małopolskich Kucharzy i Cukierników.

Stowarzyszenia kulinarne przeprowadziły we wrześniu br. ankietę wśród zrzeszonych w nich profesjonalistów HoReCa, jej wyniki potwierdzają znaczenie prasy gastronomicznej dla branży.

Które z drukowanych magazynów gastronomicznych docierają do Pani/Pana rąk?



STOWARZYSZENIA KULINARNE,
BIORĄCE UDZIAŁ W ANKIECIE:



UWAGA DO WYNIKÓW:

Zaprezentowano wyniki z odpowiedziami powyżej 5 %, ogółem udzielający odpowiedzi wskazywali następujące tytuły branżowe: Food Service, Mistrz Branży, Poradnik Restauratora, Przegląd Gastronomiczny, Restaurant Management, Szef Kuchni.

Błąd standardowy w tej ankiecie wynosi 10,17 punktów procentowych. Wyniki badania zarchiwizowane w platformie Google Forms.

Prasa drukowana

skutecznym narzędziem komunikacji marketingowej.

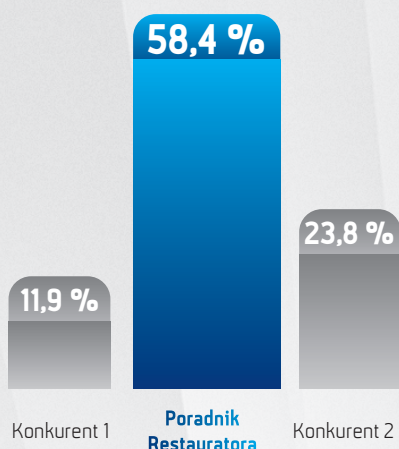
Wyniki z ankiet, na które udzielono odpowiedzi, prezentujemy na łamach „Poradnika Restauratora”. Profesjonaliści branży HoReCa wskazali nasz tytuł jako ten, który w formie drukowanej najczęściej otrzymują (dotarcie

70,3 %) i najchętniej czytają (czytelność 55,4 %). Warto podkreślić, że papier cieszy się niesłabnącym autorytetem, bo aż 66,3 % odpowiedzi wskazuje drukowany magazyn branżowy jako prestiżową formę publikacji, a łącznie 70,3 %

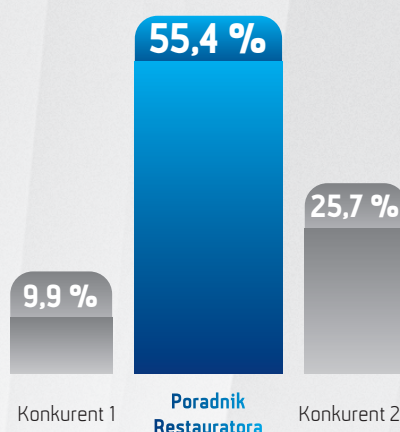
odpowiedzi potwierdza skuteczność prasy jako narzędzia komunikacji marketingowej.

Dziękujemy stowarzyszeniom kulinarnym oraz ich członkom za okazane zaufanie i docenienie pracy branżowych czasopism gastronomicznych. ✕

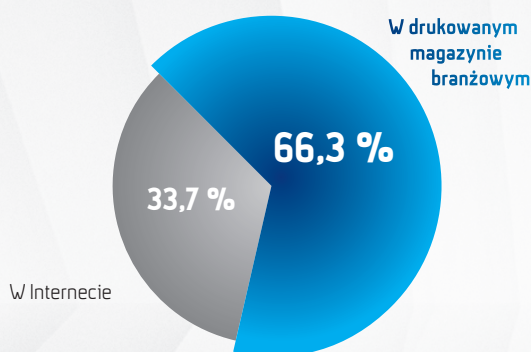
Który drukowany magazyn gastronomiczny jest Pani/Panu najbardziej znany?



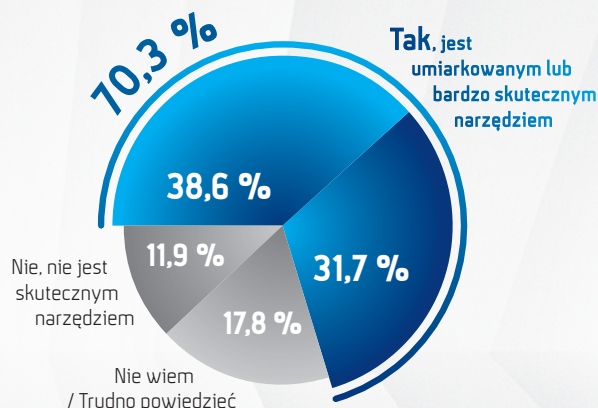
Który drukowany magazyn gastronomiczny czyta Pani/Pan najchętniej/najczęściej?



Jaka forma publikacji wywiadu z Panią/Panem jest dla Państwa bardziej prestiżowa?



Czy drukowana prasa jest w Państwa ocenie skutecznym narzędziem komunikacji marketingowej?



**STOWARZYSZENIA KULINARNE,
BIORAĆCE UDZIAŁ W ANKIECIE:**



UWAGA DO WYNIKÓW:

Zaprezentowano wyniki z odpowiedziami powyżej 5 %, ogółem udzielający odpowiedzi wskazywali następujące tytuły branżowe: Food Service, Mistrz Branży, Poradnik Restauratora, Przegląd Gastronomiczny, Restaurant Management, Szef Kuchni. Błąd standardowy w tej ankiecie wynosi 10,17 punktów procentowych. Wyniki badania zarchiwizowane w platformie Google Forms.