# Trendy gastronomiczne 2026 a sezonowe hity: jak wpływają na polski rynek delivery?

**Zamawianie jedzenia to nie chwilowa moda. To trwały styl życia. Dziś niemal połowa konsumentów (46%) zamawia ulubione potrawy bez specjalnej okazji, traktując dobry posiłek jako dopełnienie przyjemnego dnia[[1]](#footnote-1). Oczekują przy tym błyskawicznej realizacji zamówień i maksymalnej wygody. Standardem staje się dostawa w 30 minut lub krócej. Czas urósł do rangi kluczowego kryterium: kto dowiezie szybciej i bardziej niezawodnie, ten wygrywa lojalność klienta. Sama gastronomia staje się *data-driven* – decyzje coraz częściej opierają się na twardych danych o sprzedaży i zachowaniach konsumentów, a nie wyłącznie na intuicji restauratora.**

## Sezonowe hity menu napędzają rynek dostaw

Limitowane oferty sezonowe są obecnie stałym elementem strategii wielkich sieci gastronomicznych – nie tylko budują zainteresowanie konsumentów, ale potrafią wyraźnie wpłynąć na cały rynek, w tym na usługi dowozu jedzenia. Flagowym przykładem takiego zjawiska w Polsce jest kanapka Drwala w McDonald’s. Dostępna tylko zimą, doczekała się niemal kultowego statusu – co roku jej premiera wzbudza ogromne emocje i popyt. Przekłada się to na zwiększony ruch zarówno w lokalach, jak i w aplikacjach delivery.

*- Dla dostawców oznacza to gorący okres – restauracje wydają znacznie więcej posiłków, a kurierzy muszą pracować na najwyższych obrotach* – komentuje Łukasz Witkowski, współzałożyciel Natviol, aplikacji rozliczeniowej dla kierowców i kurierów. – *Sezonowa kanapka staje się wydarzeniem: liczba kursów rośnie, czasy oczekiwania wydłużają się, a firmy muszą sprawnie zarządzać logistyką, by sprostać skokowemu popytowi. Dla rynku delivery okres premiery głośnego produktu to prawdziwy stress-test infrastruktury*. – zauważa.

Gdy tylko Burger Drwala wraca do menu (zazwyczaj w listopadzie), przed restauracjami McDonald’s w całej Polsce ustawiają się długie kolejki nie tylko klientów, ale i kurierów z firm takich jak Glovo, Uber Eats czy Wolt. Wielu z nich przez kilkanaście dni realizuje rekordową liczbę zamówień, aby zaspokoić apetyt Polaków na sezonowy przysmak. W ciągu dwóch tygodni od premiery Drwala liczba odwiedzin w wolnostojących restauracjach McDonald’s wzrasta średnio o 18% w porównaniu z okresem sprzed premiery[[2]](#footnote-2). To ogromny skok ruchu, który bezpośrednio przekłada się też na wzrost zamówień delivery – bo wiele osób chcąc uniknąć kolejek, woli zamówić burgera z dowozem do domu.

## Zarabiają nie tylko restauratorzy

Aplikacje notują wzmożony ruch, kurierzy realizują maraton dostaw, a centra logistyczne restauracji pracują pełną parą. Okazuje się jednak, że ci, którzy są w stanie zaspokoić ten nagły skok popytu, sporo na tym zyskują. W 2025 roku niektórzy dostawcy dzięki „efektowi Drwala” wypracowali rekordowe zarobki. Jak relacjonował jeden z popularnych youtuberów-dostawców, w tygodniu po premierze kanapki najlepsi kurierzy w Warszawie czy Gdańsku potrafili zarobić ponad 4 tys. zł w siedem dni, realizując blisko 200 dostaw. To pokazuje, że dla kurierów sezony kulinarnych premier to z jednej strony olbrzymi wysiłek, a z drugiej – możliwość solidnego zarobku w krótkim czasie.

– *Choć takie promocje oznaczają dla kurierów pracę na najwyższych obrotach, wielu z nich czeka na ten moment cały rok. W szczycie zamówień można zarobić nawet dwa razy więcej niż zwykle* – przyznaje Łukasz Witkowski z Natviol. – *Kluczowe jest jednak, by zarówno restauracje, jak i dostawcy zachowali jakość obsługi. Dla kurierów to szansa na lepszy zarobek, ale też wyzwanie – muszą radzić sobie z kolejkami w lokalach i presją czasu. Dlatego dobra współpraca między restauratorami a platformami delivery w takich okresach jest niezbędna, aby klienci byli zadowoleni pomimo wzmożonego ruchu.* – podkreśla ekspert.

Sezonowe oferty stały się zatem elementem, z którym branża musi się liczyć w prognozach popytu. Marketing limitowanych produktów bardzo silnie oddziałuje na zachowania konsumenckie – nie tylko generuje dodatkową sprzedaż, ale też buduje zaangażowanie i przywiązanie do marki. Dla restauratorów to lekcja, że odrobina magii ograniczonej edycji potrafi ożywić rynek.

## Rozwój dark kitchens: wirtualne restauracje na fali

Osobnym, gorącym trendem ostatnich lat – który będzie mocno wpływał na rynek w 2026 roku – jest rozkwit tzw. dark kitchens, czyli wirtualnych kuchni nastawionych wyłącznie na dostawy. Segment ten globalnie rośnie w tempie ok. 27% rocznie, co czyni go jednym z najszybciej rozwijających się modeli gastronomicznych[[3]](#footnote-3).

Polska nie jest wyjątkiem – boom na dostawy jedzenia napędził zainteresowanie takim modelem biznesowym zwłaszcza po 2020 roku. Według analiz, w ciągu ostatnich dwóch lat liczba dark kitchen w Polsce zwiększyła się o 180% i nic nie wskazuje na spowolnienie trendu[[4]](#footnote-4). Prognozy są śmiałe: do 2026 roku ten format może stanowić nawet 25% rynku gastronomicznego w największych aglomeracjach.

## Co nowe nawyki zamawiania oznaczają dla branży delivery?

Sezonowe oferty gastronomiczne niewątpliwie zmieniają krajobraz rynku dostaw, wprowadzając element cyklicznej (choć krótkotrwałej) gorączki zamówień. Coraz częściej sięgają po nie nie tylko globalne sieci fast-food, ale także lokalne restauracje, wprowadzając limitowane menu czy okazyjne rabaty – to również potrafi wygenerować skoki zapotrzebowania na dowóz (choć na mniejszą skalę).

Dla branży delivery oznacza to konieczność elastycznego dostosowania się do gwałtownych trendów konsumenckich i umiejętnego przekucia ich w trwałe zyski. Firmy, które potrafią niezawodnie obsłużyć nawet lawinowy napływ zamówień, zyskują lojalność klientów oraz umacniają swoją pozycję konkurencyjną.

Można się też spodziewać, że sieci gastronomiczne będą coraz śmielej wykorzystywać marketing sezonowy i limitowane oferty, a regularne skoki popytu staną się stałym elementem tego rynku. Ostatecznie jednak takie promocje to nie tylko wzrost przychodów, ale także wymagający sprawdzian odporności i elastyczności – test weryfikujący, czy firmy delivery potrafią sprostać nagłym skokom popytu bez uszczerbku na jakości usług.

--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Natviol** – polska aplikacja rozliczeniowa dla kierowców i kurierów pracujących z największymi aplikacjami na rynku jak Uber, Bolt czy Glovo. Partnerzy podejmujący współpracę z Natviol mają zagwarantowane rozliczenie swoich przychodów bez konieczności zakładania działalności gospodarczej. Dodatkowo, firma jest odpowiedzialna za zatrudnienie, rozliczenie należnych podatków, wypłacenie środków czy współpracę z urzędami.

--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Kontakt dla mediów**

Patrycja Ogrodnik

PR Manager

[p.ogrodnik@commplace.com.pl](http://p.ogrodnik@commplace.com.pl)

tel. 692 333 175

1. https://newsroom.justeattakeaway.com/pl-PL/245202-pyszne-pl-publikuje-raport-trendow-2025/ [↑](#footnote-ref-1)
2. https://biznes.wprost.pl/firmy-i-rynki/11908250/burger-drwala-jak-wplynal-na-ruch-w-mcdonalds.html# [↑](#footnote-ref-2)
3. https://omnichannelnews.pl/2025/04/09/dark-kitchen-to-jeden-z-najszybciej-rozwijajacych-sie-modeli-gastronomicznych-na-swiecie/ [↑](#footnote-ref-3)
4. https://deliverky.com/pl/blog/dark-kitchen-przyszlosc-czy-trend/ [↑](#footnote-ref-4)