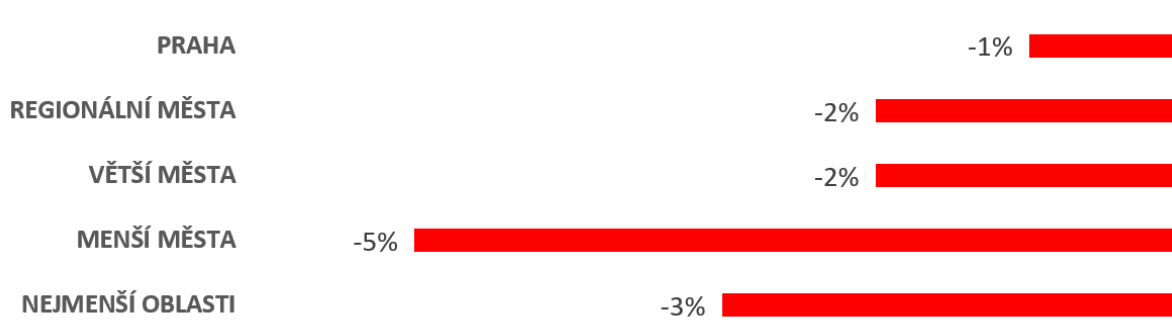


Kvůli počasí se gastro tržby propadly

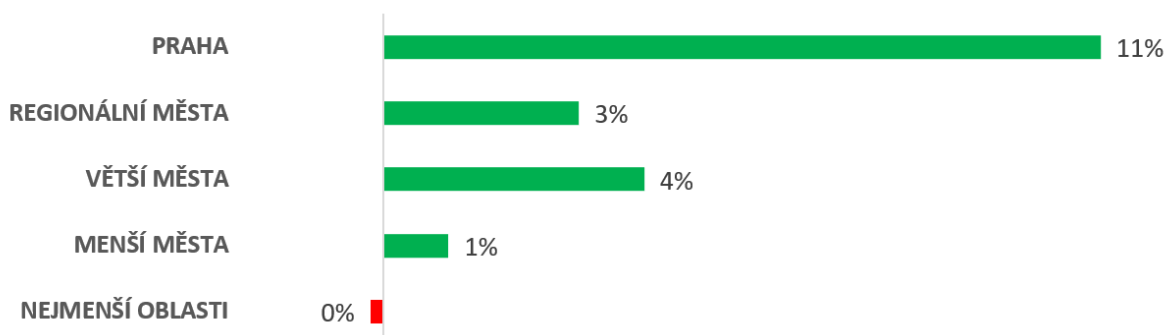
13. června 2023 – Do gastronomie přišlo v druhém čtvrtletí po velmi slibném začátku roku citelné ochlazení. Teplotně podprůměrný květen se nepříjemně podepsal na výši souhrnných tržeb. V porovnání s loňským květnem meziročně klesly o 3 procenta. Přitom právě nyní by obraty měly vlivem nastupující letní sezóny spíš růst. Jak vyplývá ze zjištění společnosti Dotykačka, jejíž pokladní systém využívá největší počet tuzemských gastro zařízení, nejvyšší propady postihly podniky v malých obcích.

„Už dlouhou dobu pozorujeme, že nůžky mezi velkými městy a malými se stále víc rozevírají. Zatímco Praha si stabilně drží svůj standard a tamním gastro podnikům se daří i bez ohledu na propady ekonomiky, hospody a restaurace v malých městech mnohdy bojují o přežití. Pak i výkyvy počasí mohou mít nepříjemný vliv. Celá gastro scéna se v důsledku toho proměňuje,“ komentuje ředitel Dotykačky Petr Menclík.



Meziroční propady květnových gastro tržeb podle velikosti obcí (Zdroj: Dotykačka)

Ještě lépe než květnový propad ilustruje dlouhodobé rozdíly mezi velkoměsty a malými obcemi pohled na souhrnné gastro tržby za úvodních pět měsíců letošního roku. Zatímco pražské podniky si na tržbách meziročně polepšily o 11 %, v malých obcích gastro stagnovalo.



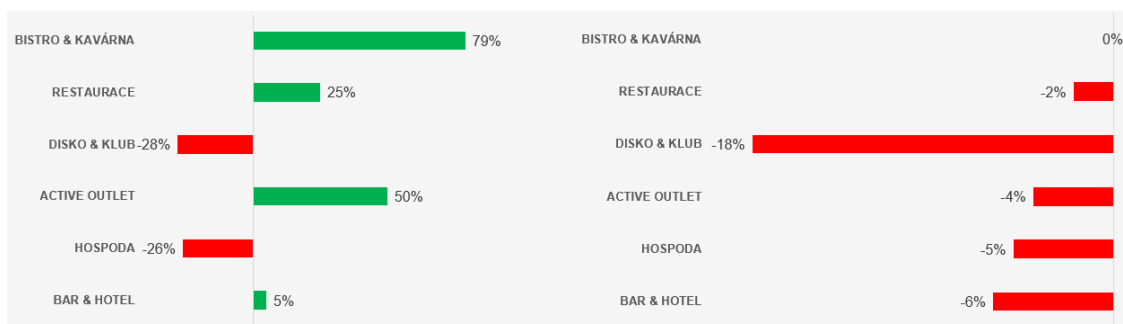
Meziroční rozdíl v souhrnných gastro tržbách za období leden až květen (2023 vs. 2022); (Zdroj: Dotykačka)

Když se navíc k vývoji posledních měsíců přičte vliv zdražení, je obrázek o situaci v české gastronomii ještě znepokojivější. „Květnový pokles tržeb o 3 % v kombinaci s 9% zdražením ve výsledku znamená reálný pokles výkonu české gastronomie o 12 %. To je velmi negativní signál, který spolu s plánovaným zvýšením DPH od roku 2024 velmi pravděpodobně během 12 měsíců povede k transformaci české gastronomie,“ upozorňuje Luboš Kastner, zástupce gastronomů v AMSP ČR.

Na tanec je zatím moc zima

Zatímco loni se díky teplému počasí už v květnu naplno rozjely bujaré letní večírky a lidé si užívali nočního života v barech, klubech a na diskotékách, letos si večerní veselí dává na čas. Největšímu meziročnímu propadu tržeb tak čelí právě kluby a diskotéky (-18 %). Druhý nejhorší výsledek mezi jednotlivými gastro segmenty připadá na bary (-6 %) a jen těsně za nimi zůstávají hospody (-5 %).

Diskotéky a hospody mimochodem dlouhodobě čelí největším propadům i z dlouhodobého hlediska. V porovnání s květem 2019, tedy obdobím před covidovou pandemií, se jejich květnové tržby propadly o 28 %, respektive 26 %, zatímco všechny ostatní gastro formáty zaznamenaly růst. Zdaleka nejvíc se od pandemie daří kavárnám a bistrům.



Meziroční srovnání květnových tržeb podle segmentů; vlevo 2023 vs. 2019, vpravo 2023 vs. 2022
(Zdroj: Dotykačka)

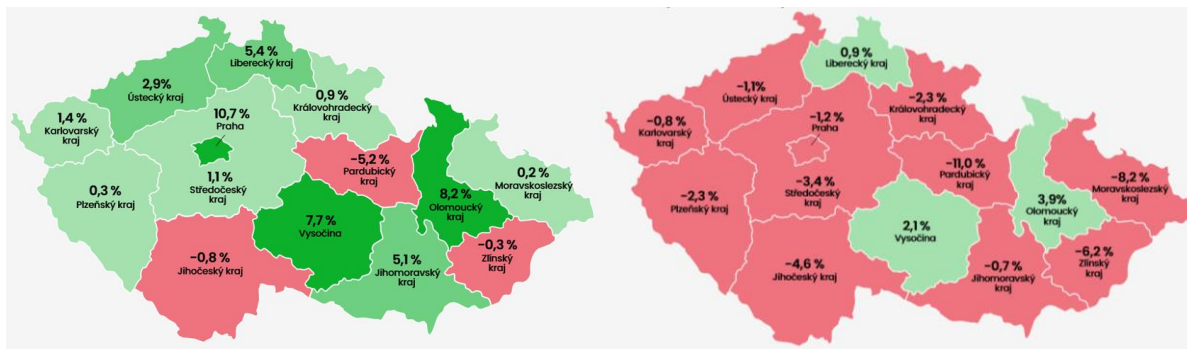
Mizí turisté i hospody

V prvních pěti měsících letošního roku bylo znát, že tržby stagnují především v jihozápadních Čechách. Úbytek turistů v tamních lokalitách se odráží nejen v nižších výdělcích, ale leckde vede i k zavírání gastro podniků, zejména hospod. Ty obecně stále častěji nahrazuje odolnější koncept bister a kaváren.

To ostatně potvrzuje i Luboš Kastner: „Rozdíly mezi kraji jsou velké a stejně je potřeba pohlížet na české gastro. Nejvíc trpí vesnické oblasti a regiony. Formát hospody je na tom úplně nejhůř. Naopak nejlépe prosperují bistra a kavárny ve větších městech.“

Chladný květen ovšem zasáhl celou republiku, nejvíc pak podniky na severovýchodě Moravy. „V Beskydech v průběhu května spadly největší úhrny srážek, což v Moravskoslezském a

Zlínském kraji způsobilo jedny z největších propadů tržeb. Znovu se tak potvrzuje, jak moc je gastro závislé na počasí. Naše data dlouhodobě potvrzují, že při špatném počasí klesají tržby ve srovnání se slunečnými dny až o desítky procent,“ zmiňuje Petr Menclík.



Meziroční srovnání gastro tržeb v regionech; vlevo I-V/2023 vs. I-V/2022; vpravo V/2023 vs. V/2022
(Zdroj: Dotykačka)

Pivo ustupuje bublinkám

Zajímavý je pohled na to, jak se proměňuje vztah Čechů k alkoholu, respektive jak se mění jeho role ve vztahu k celkovým tržbám gastro podniků. V tomto ohledu se situace v posledních letech výrazně změnila. Například ještě v roce 2019 hrály prodeje piva v hospodách zcela klíčovou roli. Pivo se totiž na celkových tržbách podílelo 52 %. Vlivem zdražování a možná i změnou zákaznického chování však tento podíl klesl na současných 44 %.

Posun je vidět nejen u hospod, ale napříč jednotlivými gastro segmenty. Podíváme-li se na gastro jako celek, klesl podíl piva na celkových tržbách z původních 20 % v roce 2019 na současných 15 %. Víno si přitom svou pozici zachovává nezměněnou. Stejně jako před pandemií, i v roce 2023 se na celkových gastro tržbách podílí 3 %.

„Zatímco u piva platí nepřímá úměra, kdy jeho podíl na tržbách roste s tím, jak se zmenšuje velikost obce, u vína je tento trend spíš opačný. Nejvyšší podíl na tržbách tak má víno v hlavním městě. Praha paradoxně v tomto poráží i vinařský Jihomoravský kraj,“ konstatuje Petr Menclík.

V posledních letech navíc výrazně roste obliba šumivého vína a sektů. Tzv. „bublinky“ tak jsou pro gastropodnikatele čím dál zajímavějším artiklem, což znovu stvrzuje i Luboš Kastner: *„Zatímco víno – a zejména to šumivé, které podléhá spotřební dani – roste od začátku roku jak v objemu (+10 %), tak tržbách (+19 %), objem prodaného piva klesl o 7 %. A to je pro českou gastronomii významný problém.“*

Kontakt pro média:

Věra Kubátová | PR & Media konzultant

E-mail: vera.kubatova@dotykacka.cz | media@dotykacka.cz

Mobil: +420 775 708 019

TISKOVÁ ZPRÁVA



Dotykačka ČR s.r.o. je poskytovatelem řešení a služeb v oblasti pokladních systémů pro malé a střední podnikatele v oblastech horeka, obchodu a služeb. Společnost vznikla v roce 2017 a navázala na činnost společnosti Dotykačka, s.r.o., která působila na českém trhu od roku 2015. Z dynamicky se rozvíjejícího start-upu postupně vznikl jeden z evropských lídrů na trhu moderních pokladních systémů.

Dotykačka aktuálně provozuje na třech trzích víc než 20 tisíc pokladen a naplňuje svou misi šetřit podnikatelům čas a peníze, aby se oni mohli naplno věnovat svému podnikání. Poskytuje spolehlivé nástroje, které usnadňují digitalizaci procesů ve firmách a zefektivňují jejich řízení i rozvoj. Hodí se do každého pohostinství, prodejny či zařízení poskytující služby.

V roce 2016 se firma zařadila mezi Českých 100 Nejlepších. Dotykačka poskytuje v zahraničí svoje služby také pod značkou Dotypos. Více informací viz www.dotykacka.cz.