

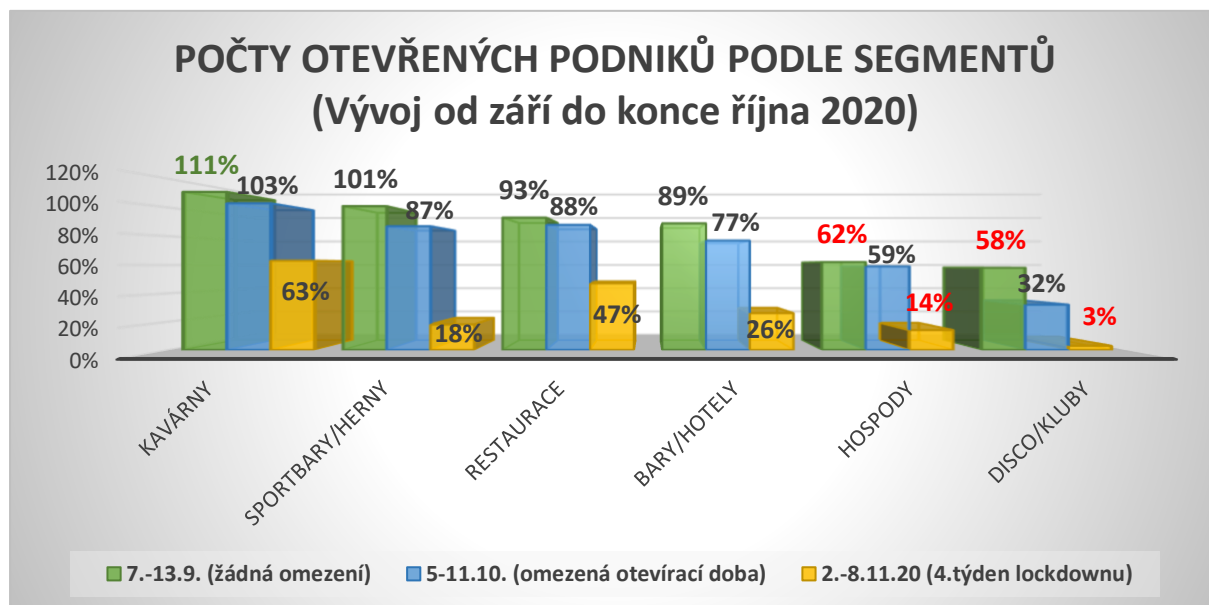
AKTUALITA / TISKOVÁ ZPRÁVA

Gastro-okýnka nejsou všemocná: Lockdown zabíjí české hospody

- 6 z 10 gastro podniků je zavřených, okýnka má jen 39 %
- Tržby hospod se propadly o 85 procent, funguje jich minimum
- Ani prodej jídla řadu podniků nezachrání
- Vládní podporu budou nutně potřebovat i dodavatelé

Praha 11. listopadu 2020 – Už bezmála měsíc česká gastro scéna znovu přežívá pouze v okénkovém režimu. Zavedená omezení logicky nejméně postihla noční podniky a diskotéky, jejichž tržby jsou nyní na nule. Kriticky ohrožené jsou však i hospody. Podle dat společnosti Dotykačka, jejíž pokladní systém využívá čtvrtina tuzemských gastropodniků, dostal právě tento segment už během jarní karantény nejtěžší zásah z celého gastru. Současný lockdown je tak pro řadu podniků posledním hřebíkem do rakve.

„Podle počtu aktivních pokladen nyní **funguje pouhých 14 procent hospod**, které měly otevřeno ještě letos v únoru. **Tržby segmentu se propadly o 85 procent**,“ říká ředitel společnosti Dotykačka **Petr Menclík**. Podle něj měly hospody podstatně horší startovní pozici už po první vlně koronakrizy. „Zatímco zbytek gastru během letních prázdnin stáhnul část jarních ztrát, u hospod mělo v létě aktivovanou pokladnu jen 60 procent podniků fungujících před karanténou,“ vysvětluje.



Podniky používajících pokladní systém Dotykačka, porovnání s únorem 2020 (Zdroj: Dotykačka Holding)

Uvedený propad podle Menclíka nemusí nutně znamenat, že čtyři z deseti hospod v létě už neotevřely. Zejména v nejmenších vesnických podnicích mohla část hospodských po odsunutí EET vypnout

AKTUALITA / TISKOVÁ ZPRÁVA

pokladny a vrátit se ke klasickým kasírkám. Nicméně i tak je jasné, že řada provozů reálně bojuje o život nebo už tento boj prohrála. To se ostatně týká nejen celého gastru, ale i dodavatelských oborů.

Gastro-sněhová koule smete i ostatní

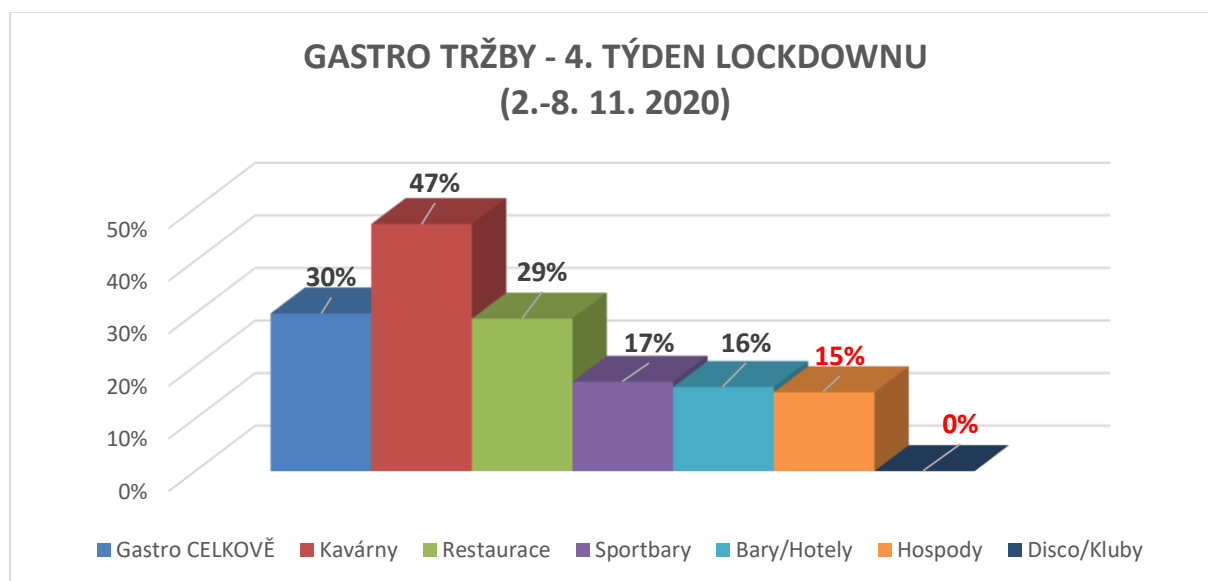
„Obor gastronomie je svázaný s řadou dalších podnikatelských oborů, které uzavření restaurací a hospod těžce postihlo. Vládní pomoc by měla být k dispozici nejen gastronomickým podnikům, ale i jejich dodavatelům. Jedině tak můžeme předejít zásadnímu ekonomickému kolapsu,“ uvádí **Tomáš Prouza**, viceprezident Hospodářské komory ČR a prezident Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR.

Vláda by podle něj měla pro záchranu gastronomických podniků a jejich těžce postižených dodavatelů co nejrychleji udělat tři klíčové kroky:

- Zajistit přístup k **podpůrným programům pro všechny gastronomym i jejich těžce postižené dodavatele**, aby se zachovala funkčnost celého systému české gastronomie;
- připravit **kompensační program pro uzavřená gastronomická zařízení** tak, aby dokázala přežít současné těžké období i po ukončení nouzového stavu, kdy se bude poptávka probouzet jen postupně;
- zajistit **podporu restartu gastronomie** s důrazem na jeho **modernizaci a digitalizaci** ve spolupráci s kraji a městy, aby podpora směřovala k těm nejpostiženějším.

Propastné rozdíly mezi segmenty i regiony

Současnou situaci v gastru nelze popsat jen několika souhrnnými čísly. Podstatně se totiž liší v jednotlivých segmentech i regionech. „**Celé gastro je nyní na 30 procentech únorových tržeb, ovšem reálně tato situace odpovídá prakticky jen restauracím. Většina segmentů je na tom výrazně hůř. Kluby jsou teď zcela na nule, hospody na zmíněných 15 procentech a jen nepatrně lepší situace je v hotelech a sportbarech. Jediným segmentem, který aktuálně dosahuje takřka 50procentních tržeb, jsou kavárny a bistra,**“ přibližuje **Petr Menclík** z Dotykačky.



Gastro klienti Dotykačky – srovnání s únorem 2020 (Zdroj: Dotykačka Holding)

AKTUALITA / TISKOVÁ ZPRÁVA

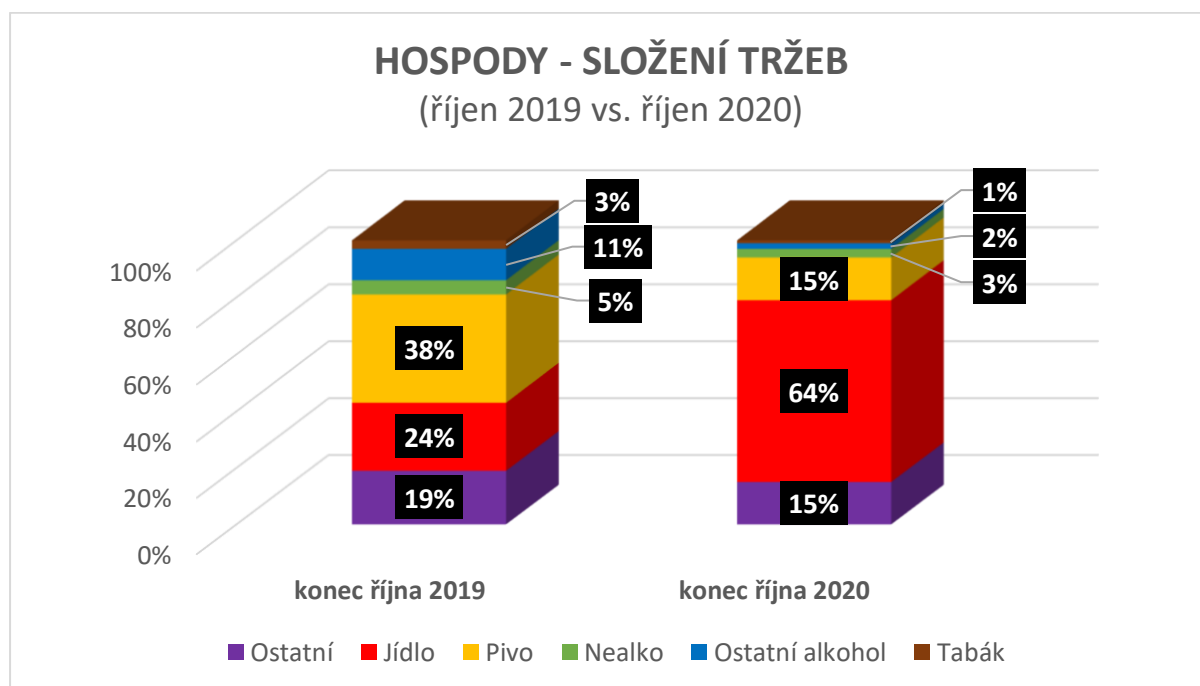
Z pohledu regionů je velký rozdíl v jednotlivých obdobích. Zatímco jarní karanténa smetla všechny dost podobně (napříč republikou zachovala provoz zhruba jedna pětina gastro podniků a jedinými výjimkami byly Praha a Středočeský kraj, kde zůstalo otevřených 36, resp. 32 procent zařízení), v létě se projeví zásadní rozdíly. Podzimní situace je také všude jiná.

LÉTO:

- Ve většině krajů **fungovalo o 5-15 % míň gastro podniků** než v únoru. Jen tři kraje se dostaly na předcovidovou úroveň: **Jihočeský kraj** (100 %), **Liberecký** a **Vysočina** (oba 101 %). Nejméně podniků fungovalo v **Plzeňském kraji** (78 %).
- Z pohledu **tržeb** byly jednoznačnými lídry turisticky atraktivní lokality: **Jihočeský kraj** (258 % v porovnání s únorem), **Vysočina** (233 %) a **Liberecký kraj** (189 %). Zdaleka nejhůř na tom byla **Praha**, která **nedosahovala ani únorových tržeb** (99 %). Chyběli v ní zahraniční turisté i Pražané, kteří odjeli pryč.

PODZIMNÍ LOCKDOWN:

- Obecně se zdá, že podniky, které ustály jaro, byly výrazně připravenější na nová omezení a mnohem rychleji a efektivněji nastartovaly okénkový provoz. Zatímco na jaře fungovala jen cca pětina gastro podniků, **na konci října** byla čísla lepší, ve většině krajů zachovala provoz **zhruba třetina zařízení**. Výjimkami jsou opět **Praha** (58 %) a **střední Čechy** (46 %).
- **Z pohledu tržeb** je na tom paradoxně nejhůř letní lídr – **Jihočeský kraj** (jen 17 %). Podobně špatně je na tom Zlínský kraj (18 %). Oproti jaru se ale oba cca o 10 procentních bodů zlepšily.
- Nejvíc se daří **Středočeskému kraji**, i tam ale tržby nedosahují ani poloviny únorových hodnot (46 %).
- Klíčem k přežití je v současnosti podle všeho prodej jídla s sebou.



AKTUALITA / TISKOVÁ ZPRÁVA

I z těch, co vaří, přežije jen někdo

Zatímco v běžném provozu se jídlo na tržbách hospod podílí jen 24 procenty, v uplynulých týdnech podle Dotykačky vzrostl jeho podíl 2,5násobně na 64 procent. Zásadním způsobem se naopak snížil prodej nápojů. „Prodeje piva klesly z 38 procent na 15, ostatní alkohol se z 9 procent propadl na pouhé jedno procento. O polovinu klesl také prodej nealka,“ vyčísľuje **Petr Menclík**.

I prodej jídla však má v okénkovém režimu své zásadní háčky. Na to, že z pohledu tržeb se zdaleka nejedná o standardní provoz, upozorňuje spolumajitel skupiny restaurací a garant projektu Moje restaurace **Luboš Kastner**, který je zároveň členem představenstva AMSP ČR: „Přes okénka se prodávají především položky s nižším maržovým indexem. Nabídka tak obsahuje spíše levnější jídla a tržby jsou nízké. Aktuální marže podniků je o nějakých 15-20 procentních bodů horší než průměr. Z výnosů pak navíc podstatně ukrajují rozvážkové společnosti, které si jako provizi účtují 30 procent z tržby. Plus je k tomu nutno připočítat náklady na obalový materiál, které musí hradit restaurátér.“

Restart díky modernizaci

Jedním z klíčů k resuscitaci české gastronomie bude podle prezidenta Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR digitalizace a modernizace celého oboru.

„V současné době je samozřejmě těžké tvořit dlouhodobé plány – ale právě na ně se musíme také soustředit. Je jasné, že se mění spotřebitelské chování, že roste poptávka po využívání moderních technologií. Podobná debata probíhá v celé Evropě a řada zemí řadí rozvoj gastronomie mezi hlavní priority Národních plánů obnovy, včetně financování. Pevně věřím, že to udělá i česká vláda,“ dodává **Tomáš Prouza**.

V digitalizaci vidí zásadní potenciál i ředitel Dotykačky **Petr Menclík**: „Už teď se ukazuje, že podniky, které využívají funkce chytrého pokladního systému, zvládají současnou situaci lépe než ty, které jejich provozovatelé řídí jen na základě intuice. I proto zejména v létě v gastru výrazně rostla poptávka po nejširších licencích s nejširším spektrem funkcí.“

Kontakt pro média:

Věra Kubátová / PR & Media konzultant

E-mail: media@dotykacka.cz Tel.: 775 708 019

Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR sdružuje firmy a podnikatele z oblastí obchodu, cestovního ruchu, gastronomie a služeb. Zastupuje je v jednáních se státní správou i odbory, připravuje samoregulační standardy chování a shromažďuje informace o vývoji těchto klíčových sektorů české ekonomiky. Jako druhý největší zaměstnavatelský svaz zastupuje obchod a služby v rámci jednání tripartity. Více informací o činnosti svazu najdete na www.socr.cz.cz.

AMSP ČR sdružuje od roku 2001 na otevřené, nepolitické platformě malé a střední podniky, živnostníky i spolky. Je hlavním reprezentantem nejširšího podnikatelského segmentu v ČR, vedle legislativy, exportu, inovací, vzdělávání a financování MSP se zaměřuje na digitalizaci, rodinné firmy, řemeslníky, začínající podnikatele, lokální producenty a pěstitele, malé obchodní provozovny, malé restaurace, ženy v podnikání a podnikatele 55+. Více na www.amspcz.cz.

Dotykačka je poskytovatelem řešení a služeb v oblasti pokladních systémů pro malé a střední podnikatele v segmentu Horeca, obchodu a služeb. Společnost vznikla v roce 2015 a z dynamicky se rozvíjejícího start-upu je v současnosti jedním z evropských lídrů na trhu moderních pokladních systémů. Řešení vyvinuté na platformě

AKTUALITA / TISKOVÁ ZPRÁVA

Android poskytuje živnostníkům, malým a středně velkým firmám spolehlivý nástroj pro zefektivnění jejich podnikání. Do skupiny Dotykačka s.r.o. patří také Smart Software s pokladnou Markeeta. Zaměstnává 130 lidí ve třech zemích a obsluhuje dohromady více než 24 000 platících uživatelů. Celosvětově si aplikaci Dotykačka stáhlo přes 75 000 uživatelů. Společnost má obchodní zastoupení v České republice, Polsku a Německu. Už v roce 2016 se firma zařadila mezi Českých 100 Nejlepších. V zahraničí firma svoje služby poskytuje pod značkou Dotypos. Více informací viz www.dotykacka.cz.