

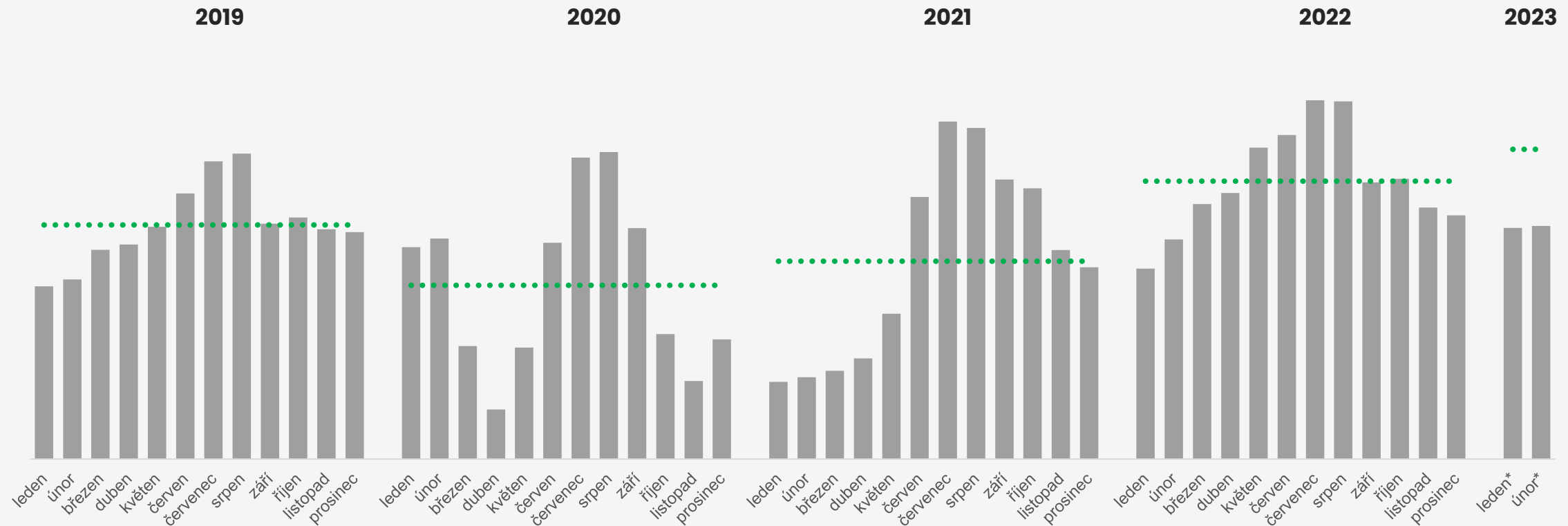
GASTRO TALKS #5

ZAČÁTEK 2023 V GASTRU

fakta, příležitosti a zajímavosti

Začátek 2023 jako v roce 2019–2020?

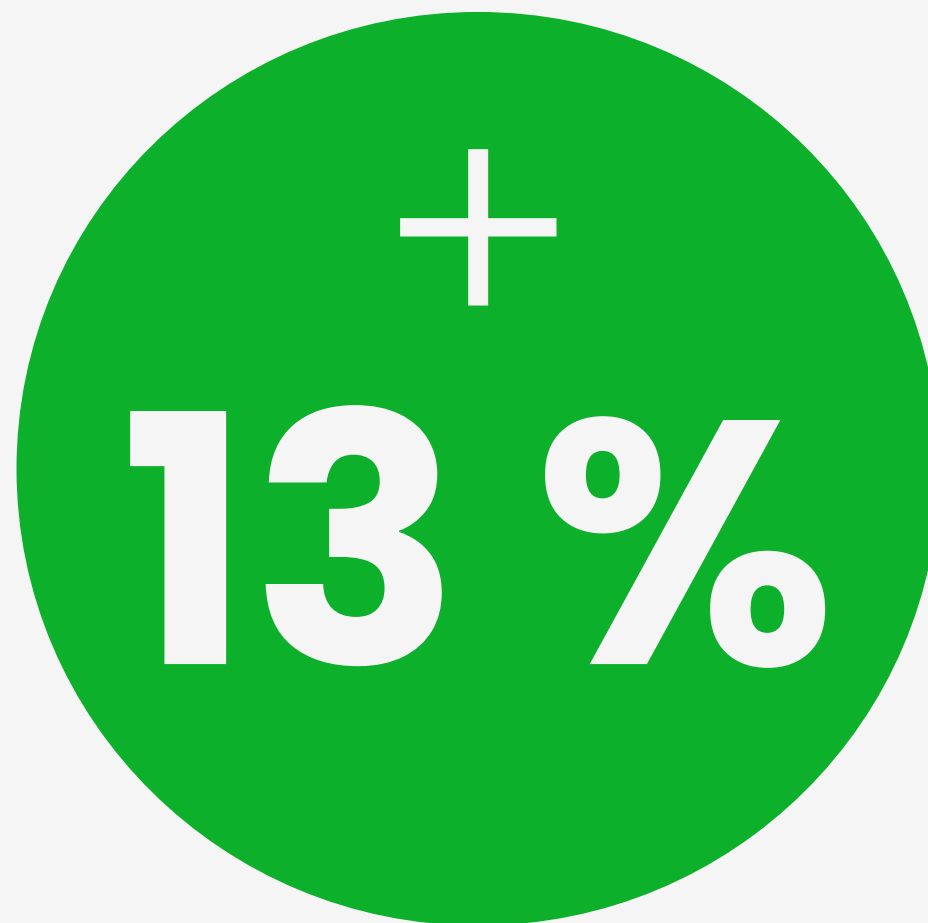
Vývoj gastro tržeb v letech 2019 – 2023



Gastro tržby

Meziroční změna I+II 2023 vs 2022

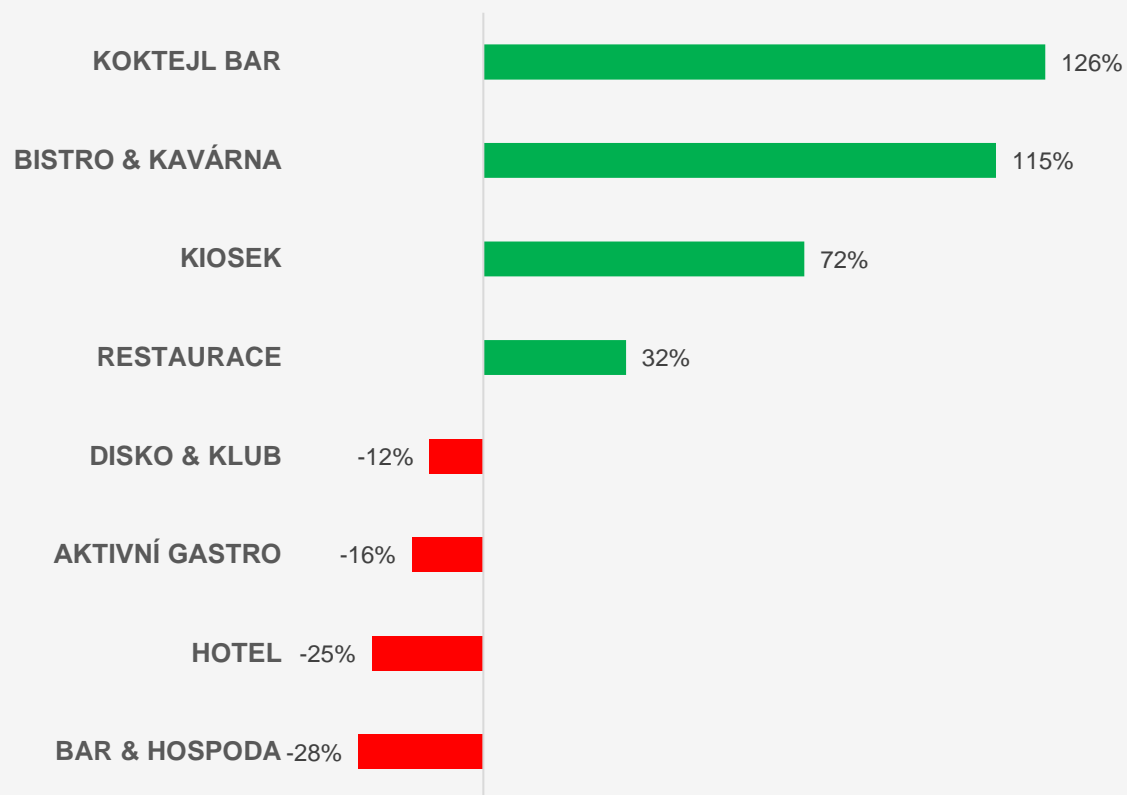
- Podhodnocený začátek 2022
- Růst cen
- Další dopady



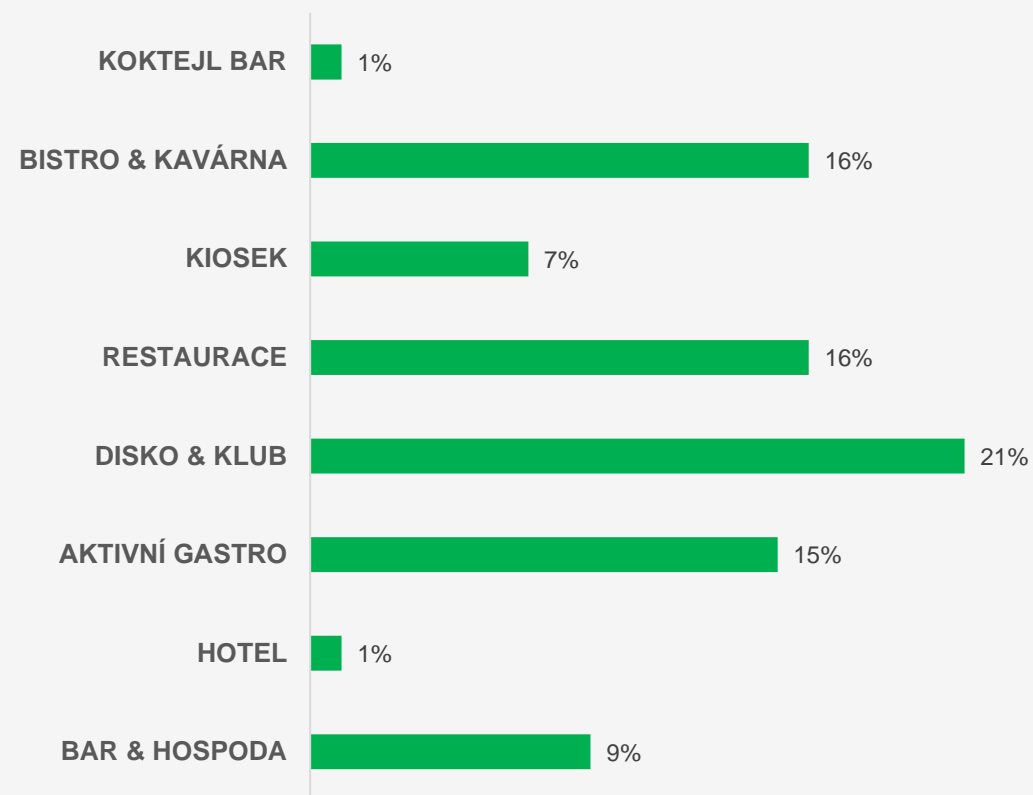
Vývoj gastro tržeb: Rozdíly mikrosegmentů

Srovnání I+II/2023 s I+II/2019 a I+II/2022

+32% 2023 vs. 2019: začátek roku jako změna tržeb v %



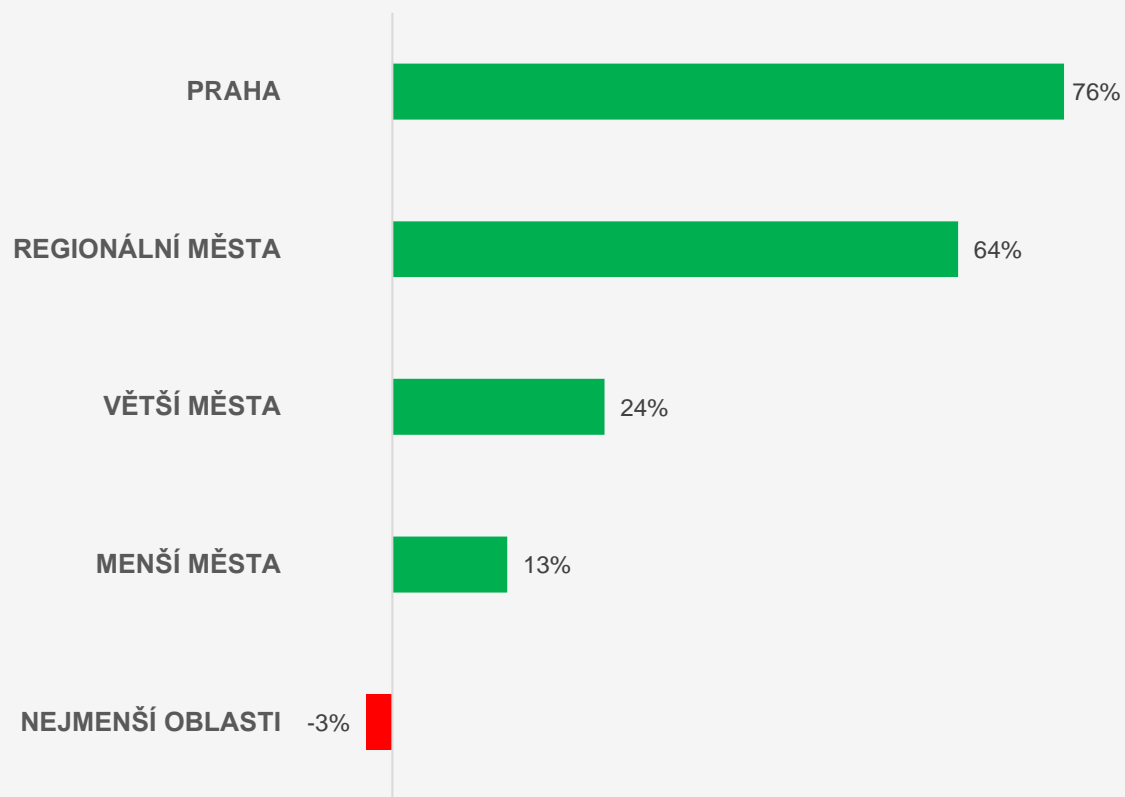
+13 % 2023 vs. 2022: začátek roku jako změna tržeb v %



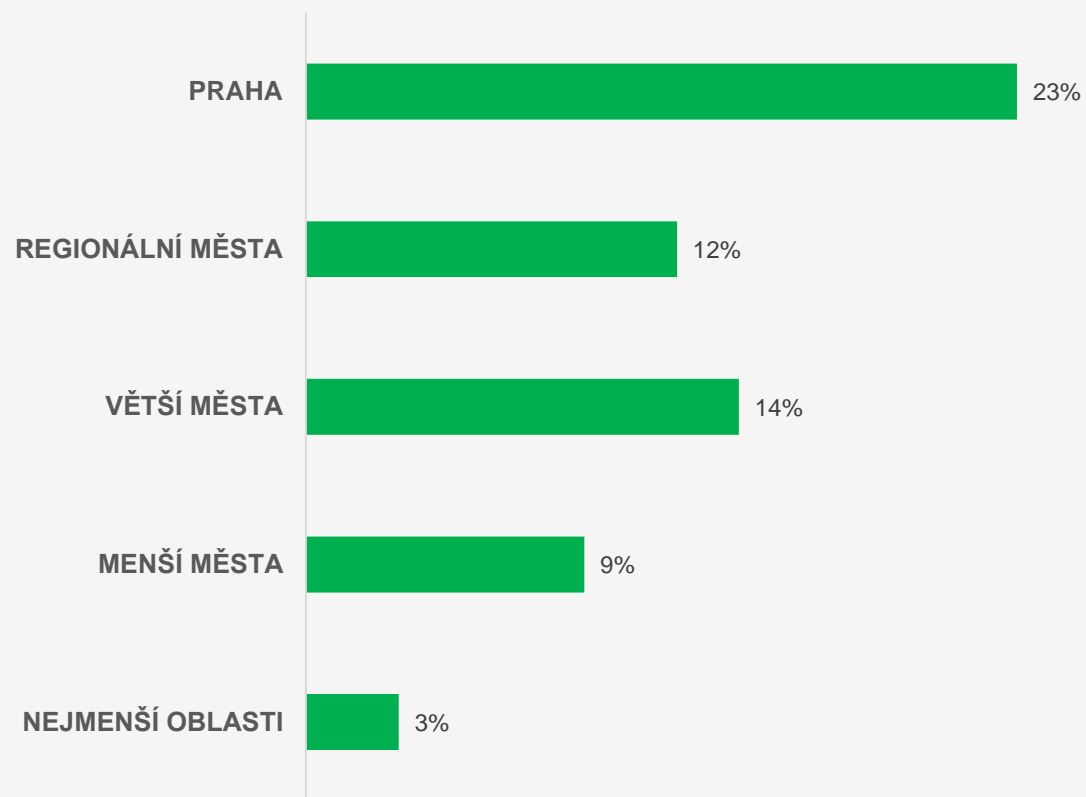
Vývoj gastro tržeb: Rozdíly podle velikosti obce

Srovnání I+II/2023 s I+II/2019 a I+II/2022

+32% 2023 vs. 2019: začátek roku jako změna tržeb v %

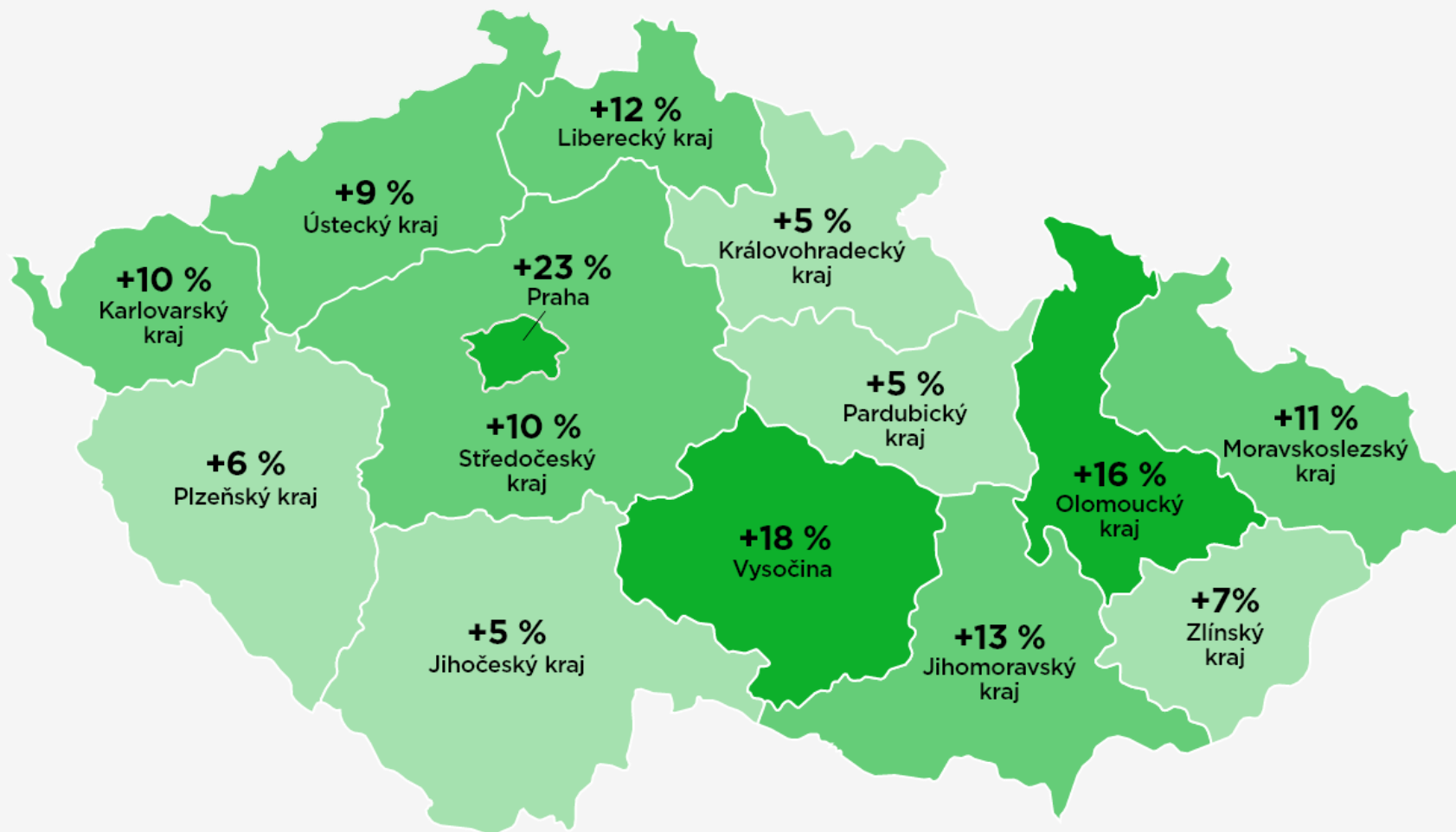


+13 % 2023 vs 2022: začátek roku jako změna tržeb v %



Vývoj gastro tržeb: Rozdíly v Regionech

Meziroční srovnání I+II/2023 s I+II/2022



- Praha 1 +47 %
- Šumperk + 39 %
- Jeseník +39 %
- Liberec +33 %
- Domažlice +31 %

- Zlín +13 %

- Trutnov -1%
- Prachatice -7 %
- J. Hradec -8 %
- Č. Krumlov -11 %
- Klatovy -12 %
- Bruntál -13 %

Gastro Index: Jak se zdražovalo?

Změna cenové úrovně k II/2023

34 %

od II/2019

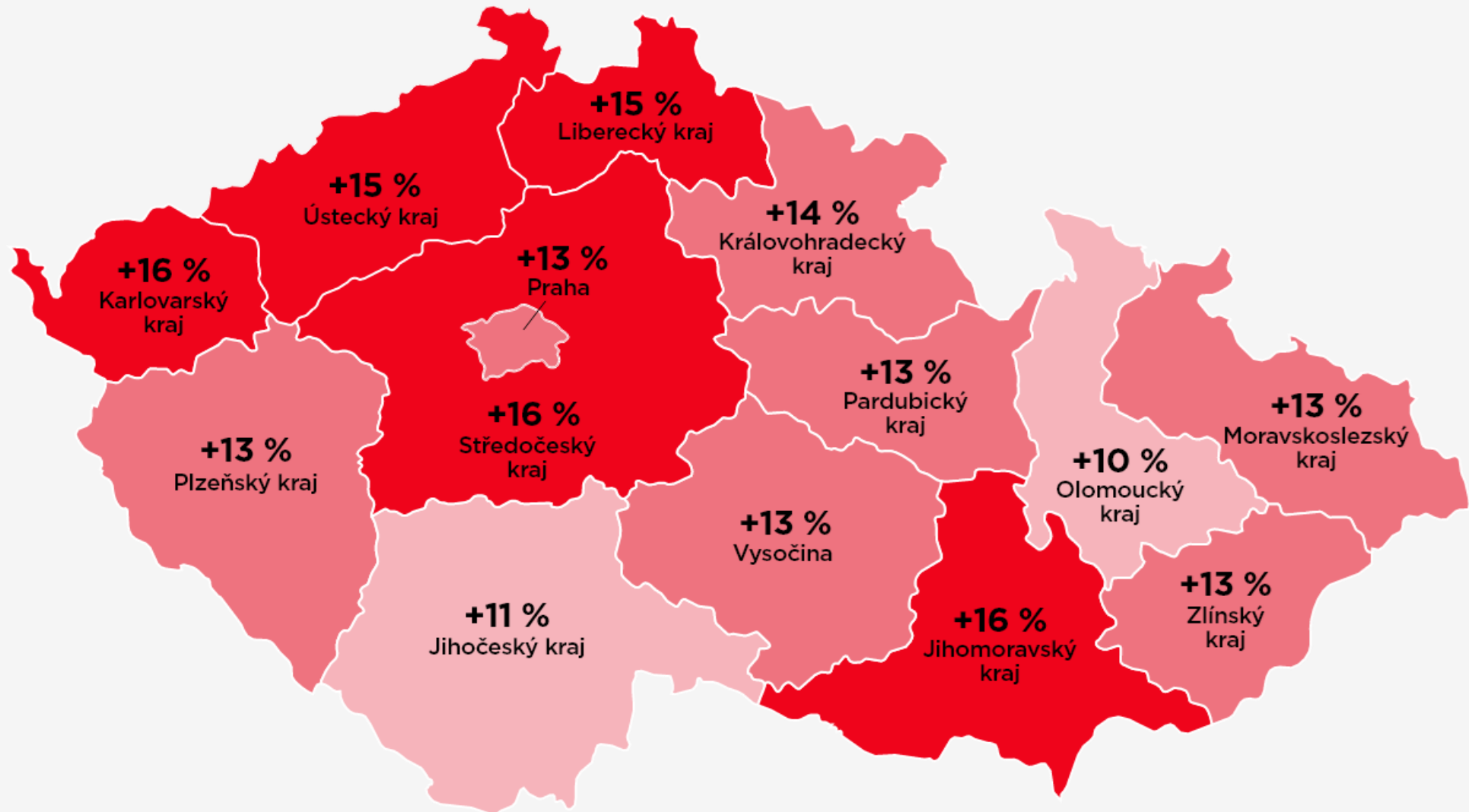
13 %

od I/2022

11 %

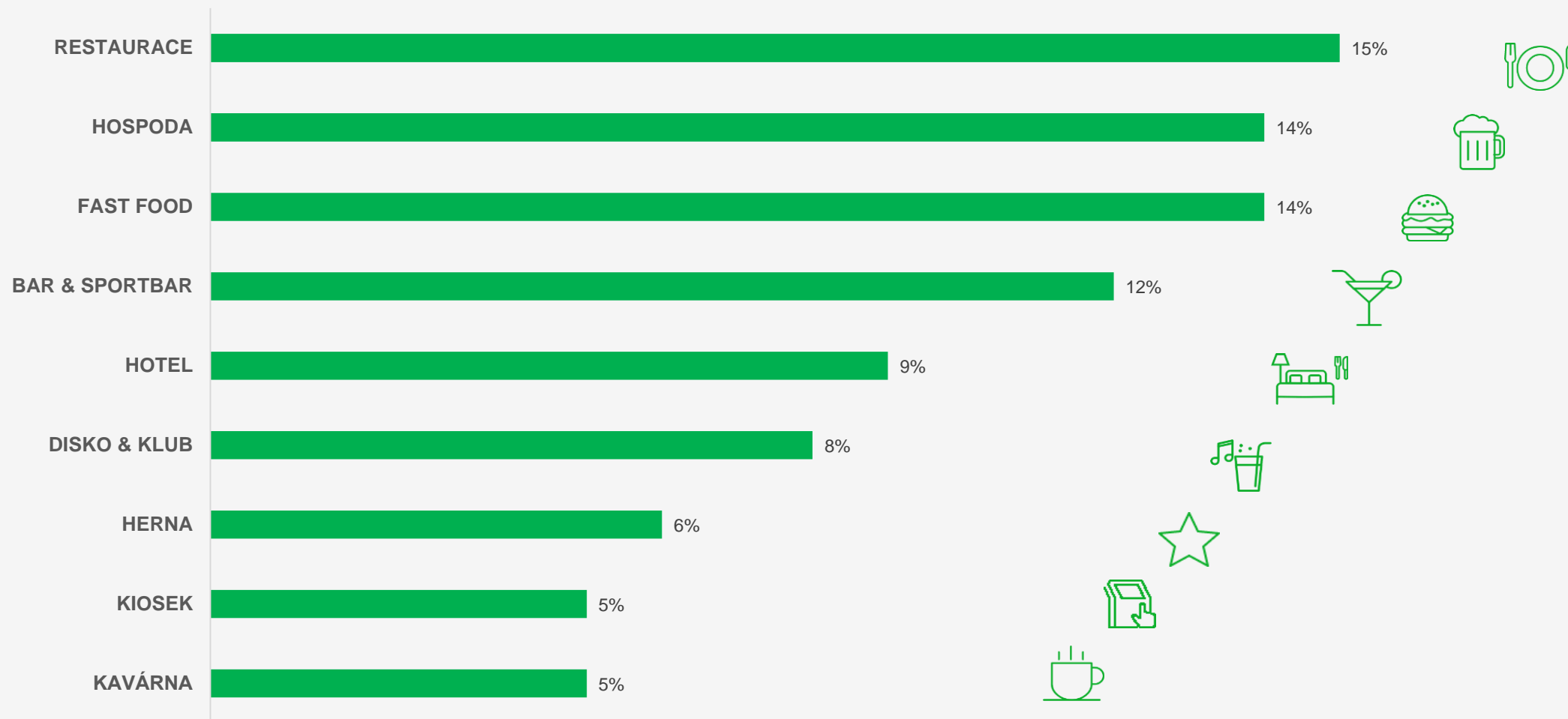
od II/2022

Vývoj cen: Zdražení od I/2022



Vývoj cen: Zdražení od I/2022

+13 %: vývoj CGI ke konci II/2023 vs. začátek 2022



Zákazníci s platebním terminálem

- 64 % gastro podniků (vs 52 % v roce 2022)
- Průměrná transakce kartou:
 - II/2023: 270 Kč
 - II/2022: 256 Kč
- Průměrná transakce v hotovosti:
 - II/2023: 248 Kč
 - II/2022: 228 Kč

Tam kde jsou karty:

- 50 % tržeb jde přes karty (loni 47 %)
- 50 % transakcí je bezhotovostních (loni 45 %)

podíl transakcí z 24 %
na 47 %

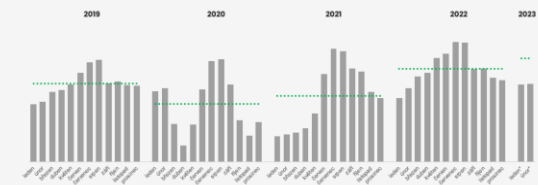
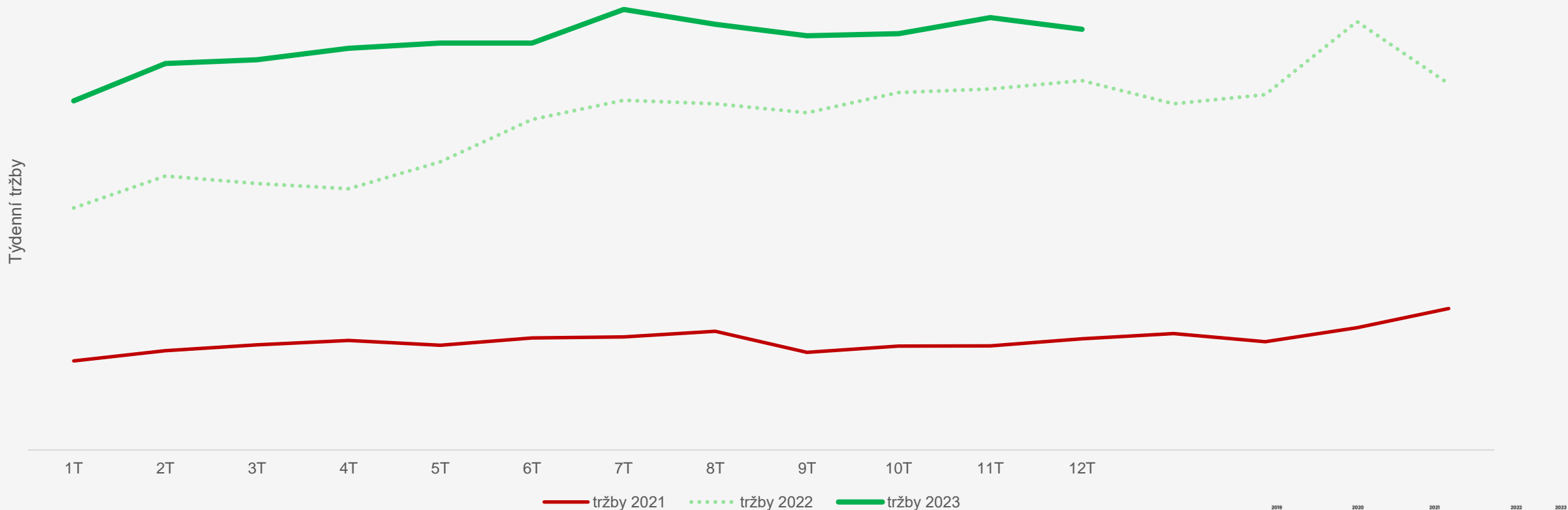
○ 26 %
vyšší útraty

○ 30 %
vyšší návštěvnost

náklady na terminál
0,6 % – 1 %

Týdenní vývoj tržeb v gastronomii v roce 2023

srovnání s předchozím obdobím



Speciální období – navazujeme na 4Q

Svatomartinské hody:

- 65% růst tržeb tam, kde byla komunikace
- v Praze téměř bez efektu (růst jen do 10 %)

Stříbrná neděle:

- další prostor k přilákání hostů a vyšším tržbám (+15 %)
- efekt využít naplno pouze v pražském regionu

Speciální období – Valentýn

+ 28 % mezitýdenní nárůst tržeb

+ 14 % nárůst návštěvnosti

Rozdíly podle velikosti obce:

- Praha: +26 %
- Regionální města a ostatní města: +31 %
- Nejmenší oblasti: +26 %

Rozdíly podle segmentu:

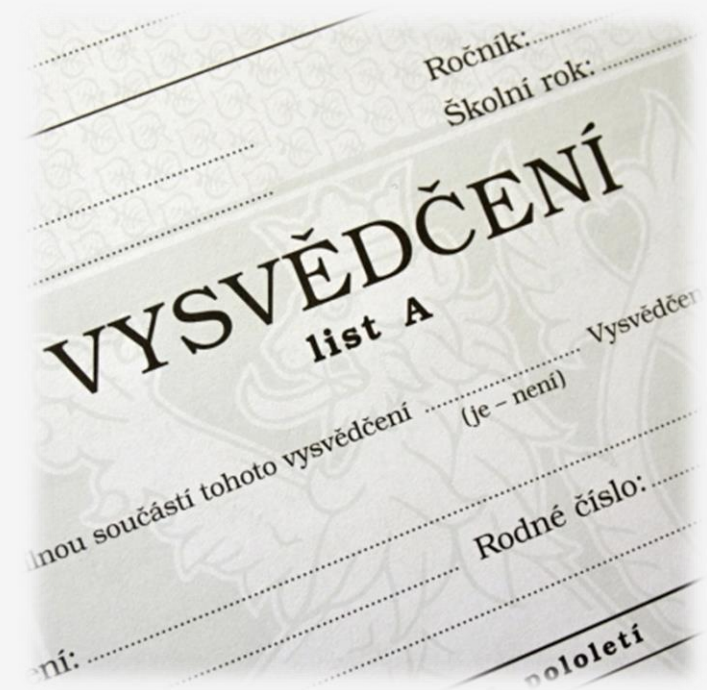
- Restaurace +44 %
- Kavárny +34 %



Speciální období – pololetní vysvědčení

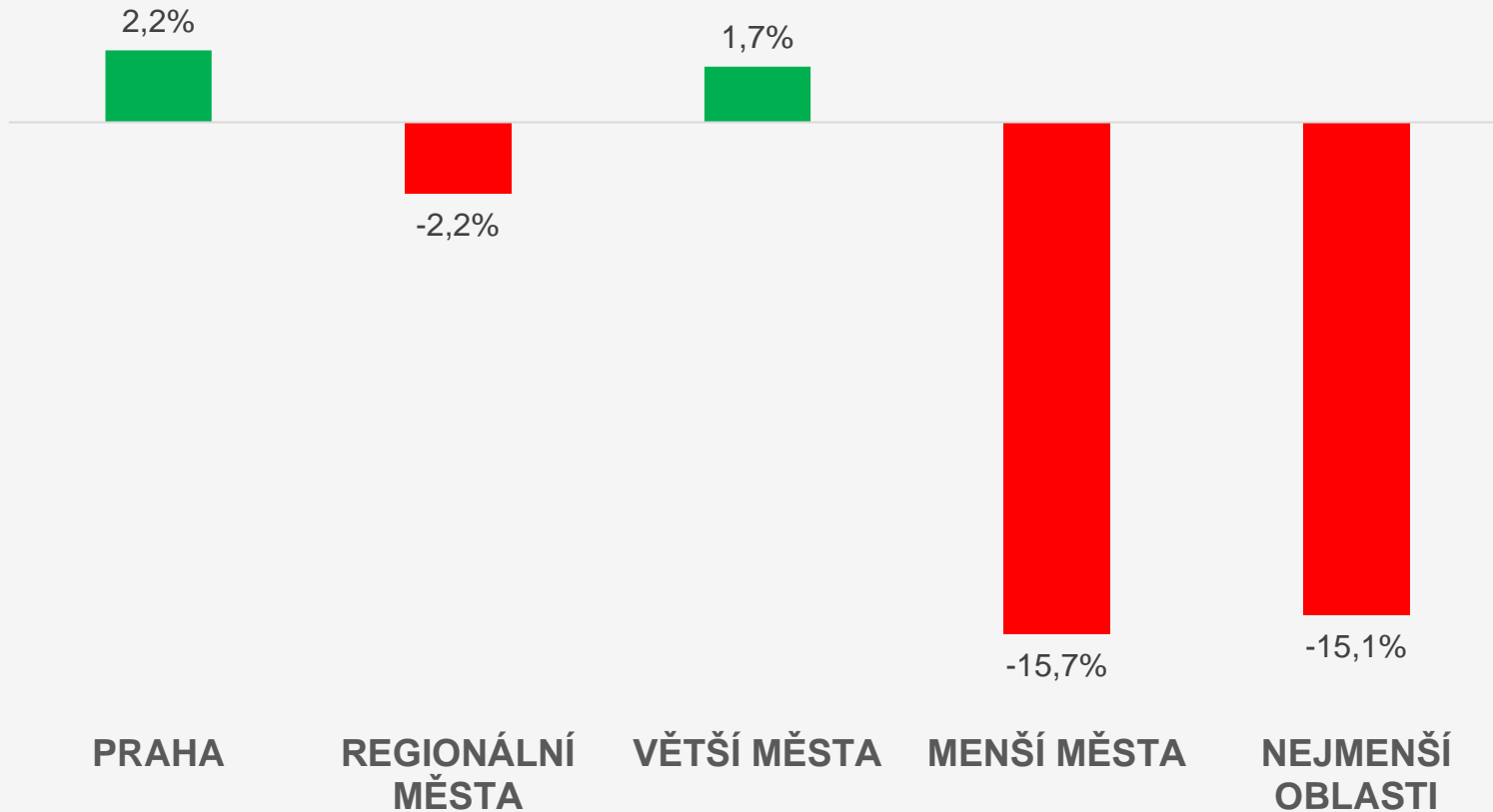
+13 % mezitýdenní nárůst tržeb v gastru (celkově)

+33 % nárůst tržeb v hospodách



Speciální období – „suchý“ únor

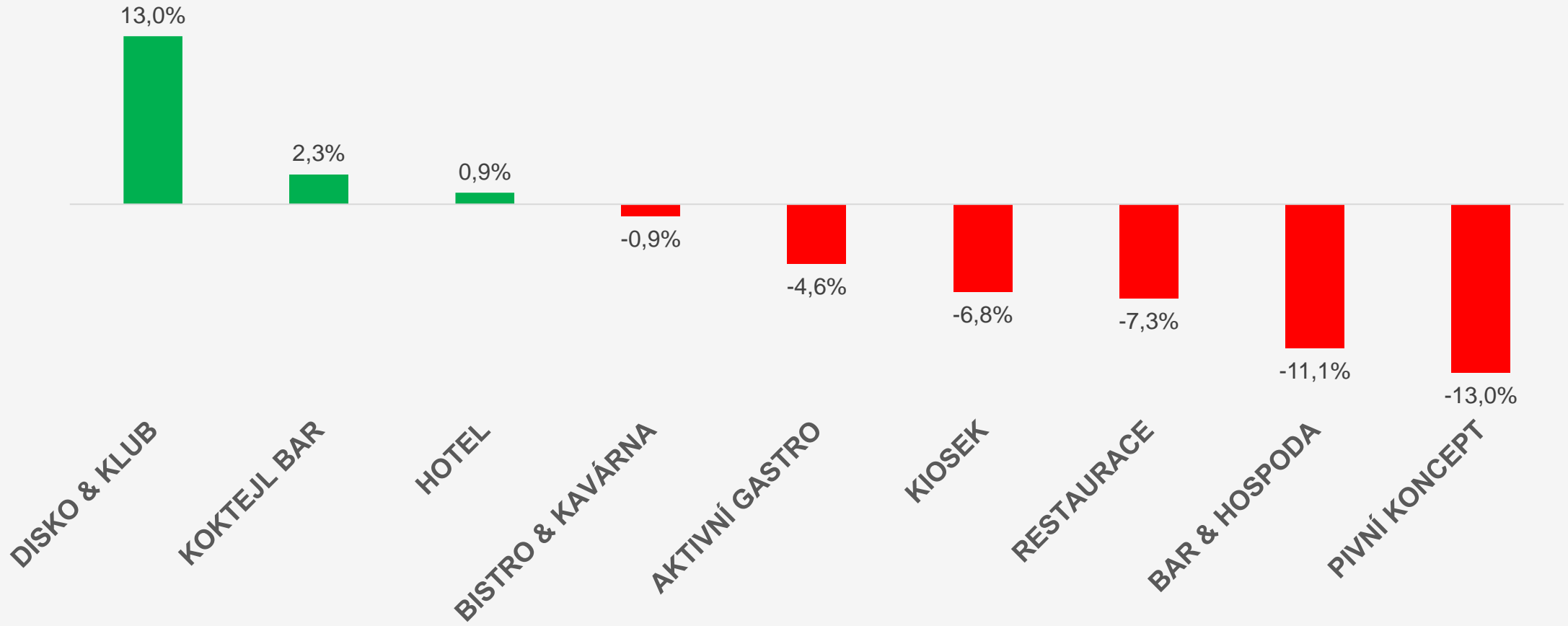
únor 2023 vs. 2022: -6.7% pokles prodeje tvrdého alkoholu



- **-6,7 %** meziroční pokles konzumace tvrdého alkoholu v II/2023
- **6,9 %** podíl „panáků“ na celkových gastro tržbách v II/2023 vs. 7,5 % v II/2022
- I/2023 na objemech I/2022

Speciální období – „Suchý“ únor

únor 2023 vs. 2022: -6.7% pokles prodeje tvrdého alkoholu



Speciální období – Velikonoční hodování 2022

% růst tržeb vůči běžnému týdnu a % fungujících provozoven

Beze změny

3.4.

PONDĚLÍ

+20 %

4.4.

ÚTERÝ

+28 %

5.4.

ŠKAREDÁ STŘEDA

+51 %

6.4

ZELENÝ ČTVRTEK

85 % GA

7.4.

VELKÝ PÁTEK

Beze změny

8.4.

BÍLÁ SOBOTA

+26 %

9.4.

VELIKONOČNÍ NEDĚLE

65 % GA

10.4.

VELIKONOČNÍ PONDĚLÍ

- 21% mezitýdenní nárůst tržeb v gastru, 17% nárůst návštěvnosti
- nejvyšší prodeje o Velikonocích ve ČT, ST a NE
- Zelený čtvrtek: +98 % malé oblasti, menší města +82 %, Regionální města +61 %, Praha +11 %
- na Velikonoční pondělí má 1/3 provozoven ZAVŘENO

Geospaciální analýza tržeb (gta)

Gastro a maloobchod v novém detailu

Konečně

možnost porovnat obchodní transakce ve vybraném teritoriu z jakéhokoliv dostupného pohledu a v jakémkoliv dostupném časovém rozlišení!

- ✓ Vhled do „sell-out“ výkonu gastronomie a maloobchodní kanálu, značek či klíčových lokalit a příležitostí
- ✓ Analytický nástroj NEJEN pro dodavatele do gastronomie, ALE i
 - větší sportovní a kulturní akce v daných lokalitách, akce měst a municipalit
 - podklad pro rozhodování o investičních záměrech developerů či optimalizaci prodejního mixu
 - strategické insighty o chování spotřebitele a aktuálních trendech
- ✓ Identifikace nových příležitostí a benchmarků
- ✓ Zdroj informací pro rozvoj gastronomie a maloobchodu
- ✓ Detailní výzkum brandu či kategorie z pohledu klíčových KPIs

Geospaciální analýza tržeb (gta)

Nástroj



Bezpečnost dat

Využívání dat splňuje nejpřísnější podmínky regulace práce s daty.



Rychlost

Zobrazení dat možné s jednodenním zpožděním (aktualizace serverů).



Vzorek

Největší a nejčistší vzorek dat na trhu s celostátním pokrytím a historií 5 let zpátky.



Software jako služba

Data jsou zpracována v online dashboardu, který umožňuje flexibilní zobrazení dat a tvorbu dynamických pohledů do největšího detailu:

- **jednoduché zobrazení** a ovládání
- **nastavení na míru** dle individuální potřeby klienta
- přednastavené **automatické dashboardy** bez nutnosti zpracování dat



Flexibilita

Analýza lokalit, typů provozoven, produktů, variant, hodinové rozlišení či souvýskyty

Zákazník

Všechny úrovně komerčního řízení



Gastro dodavatelé a výrobci:

výkonnost zákazníka, analýza servisované coverage, vývoj trhu a další příležitosti, nástroj pro strategická rozhodování



Gastro řetězce a retail provozovny:

reporting na míru, zpracování interních dat, benchmark s trhem, chování spotřebitele



Obchodní centra s gastro provozoy:

vliv návštěvnosti na tržby, nastavení správné strategie pro tvorbu obrátového nájemného, jednotný reporting a další zpracování dat



Developeři a investoři:

popis lokality na základě tvrdých dat, klíčové charakteristiky a odlišnosti daného místa, analýza cenové mapy a cenové distribuční rozdělení nejprodávanějších produktů



Státní správa a odborná veřejnost:

podklady pro legislativní rozhodování, ověření hypotéz a variabilita scénářů, rozvoj trhu, edukace veřejnosti a komunikace nezkreslených dat

Přizvání partnerů do Gastro Talks

- Dodavatelé do gastronomie
- Sdílení know-how
- Kategorie Jídla, Piva, Nealka, Alkoholu a vzhled do plateb a dalších integrací
- Potvrzení trendů či doplnění interních insightů
- CÍL: poskytovat aktuality o gastronomii a informovat trh



BOŽKOV



The Coca-Cola logo, featuring the word "Coca-Cola" in its iconic red script font.



Co příště? 2. polovina května 2023

- Hlavní gastro trendy, příprava na léto a vývoj cen
- Čeká nás sezona festivalů
- Vyhodnocení Velikonoc
- Unikátní informace od výrobce Nealka, zákulisní know-how
- Ohlédnutí za **Czech Gastro Fest**



BOCUSE D'OR
TEAM CZECH REPUBLIC



Žijeme
gastronomií,
přidejte se
k nám.

4 - 6 / 5 / 2023

O₂ universum

Dotazy?

Věra Kubátová (Dotykačka | PR & Media konzultant)

vera.kubatova@dotykacka.cz

775 708 019

Vladimír Sirotek (Dotykačka | Ředitel rozvoje produktu a služeb)

vladimir.sirotek@dotykacka.cz

724 194 609

Luboš Kastner (Spolumajitel agentury BC21 & Zástupce gastronomů
v asociacích AMSP ČR, Apron, Český Gastronomický Institut a HK ČR)

lubos@redcastle.cz

724 617 696