Tisková zpráva, 9. 4. 2020

**Každý pátý Čech si v době koronavirové objednává jídlo z restaurace alespoň jednou týdně, v Praze pak každý třetí**

**Krize spojená s pandemií zasáhla nejvíce gastronomické podniky, většina z nich se však nové situaci snaží přizpůsobit a začala jídlo dovážet nebo zavedla výdejová okénka. Průzkum\* společnosti MAKRO Cash & Carry ukazuje, že lidé na své oblíbené restaurace nezanevřeli. Každý pátý Čech si jídlo z restaurace objednává alespoň jednou za týden, v Praze je to pak každý třetí. Jako důvod respondenti nejčastěji uvedli, že se jim buď nechce vařit anebo na to nemají čas.**

Mladým lidem se nechce vařit. Každý druhý mileniál ve věku 18–26 let to uvedl jako důvod pro objednání jídla z restaurace. Napříč celou populací k tomu pak ještě respondenti uváděli jako další důvod nedostatek času. Co se týče ceny, lidé si nejčastěji objednávají jídlo v rozmezí 100–150 Kč na osobu. Lidé ve věku 27–35 let pak za jídlo utratí nejvíce, cena jejich objednaných pokrmů se téměř v 70 % pohybuje mezi 100–260 Kč.

*„Jsme rádi, že lidé nepřestali mít v této složité době zájem o jídlo z restaurací. Abychom jim usnadnili hledání restaurací, které jsou stále otevřené, spojili jsme společně s velkoobchodem MAKRO síly a v rámci Restu jsme vytvořili katalog všech restaurací, které jsou dostupné pro dovoz nebo take away,“* říká **CEO Restu Jiří Moskal**, který zároveň dodává, že do iniciativy se již zapojilo téměř 3 000 restaurací po celém Česku a číslo stále roste.

Z průzkumu dále vyplynulo, že lidé mají v současné době zvýšené obavy z hygienických nedostatků na straně restaurací. Na tuto skutečnost poukázalo 55 % všech respondentů. *„Jsme si vědomi, že za současné situace mohou mít zákazníci obavu o hygienické postupy gastronomických provozů. Proto jsme pro restaurace připravili jednoduchý návod, jak se v současné situaci chovat nejen co se týče zvýšené hygieny ale také, jak se chovat správně
i ekonomicky,“* říká **Romana Nýdrle, manažerka komunikace MAKRO Cash & Carry**.

Manuál doporučuje provozům, jak se zviditelnit nebo jak se v současné době správně kalkulovat. Uvádí například, že prodej 100 porcí denně po 99 Kč nevygeneruje zisk, ale může pokrýt náklady na suroviny, personál a energie. Výsledek se pak sice může pohybovat okolo nuly, ale personál nepřijde o práci a současně můžete získat či udržet zákazníky.

\*Průzkum byl v rámci celé České republiky realizovaný 27. – 31. března 2020 přes panel společnosti Ipsos.

\*\*\*

METRO, mezinárodní velkoobchodní lídr, se specializuje na prodej potravinářského
a nepotravinářského sortimentu. Zaměřuje se na potřeby hotelů, restaurací a stravovacích zařízení (HoReCa) i nezávislých obchodníků. METRO má po celém světě 16 milionů zákazníků, kteří si mohou vybrat, zda budou zboží nakupovat v jednom z velkoformátových obchodů nebo online. Při objednávce zboží online si mohou své nákupy vyzvednout v obchodě nebo nechat doručit. METRO využívá digitálních řešení, čímž podporuje konkurenceschopnost podnikatelů a přispívá tak ke kulturní rozmanitosti v oblasti pohostinství
a maloobchodu. Klíčovým pilířem podnikání společnosti METRO je udržitelnost, kde podle indexu Dow Jones zastupuje pozici evropského lídra.

METRO/MAKRO Cash & Carry je zastoupeno ve 34 zemích a zaměstnává více než 100 000 lidí. Ve finančním roce 2018/19 dosáhla společnost METRO obratu 27,1 miliardy EUR. V říjnu 2019 podepsala společnost METRO AG dohodu o prodeji většinového podílu v čínské společnosti METRO. V září 2018 zahájila společnost METRO proces odprodeje potravinového maloobchodního řetězce Real se svými 34 000 zaměstnanci. Více informací naleznete na [www.metroag.de](http://www.metroag.de)

**Pro více informací kontaktujte:**

**Martina Suková**

FleishmanHillard
tel.: +420 606 185 593

e-mail: sukova@fleishman.com

**Romana Nýdrle**

Manažerka korporátní komunikace MAKRO Cash & Carry
tel.: +420 251 111 112

e-mail: romana.nydrle@makro.cz

[www.makro.cz](http://www.makro.cz)

[www.facebook.com/makro.cz](http://www.facebook.com/makro.cz)

[www.twitter.com/makrocr](http://www.twitter.com/makrocr)