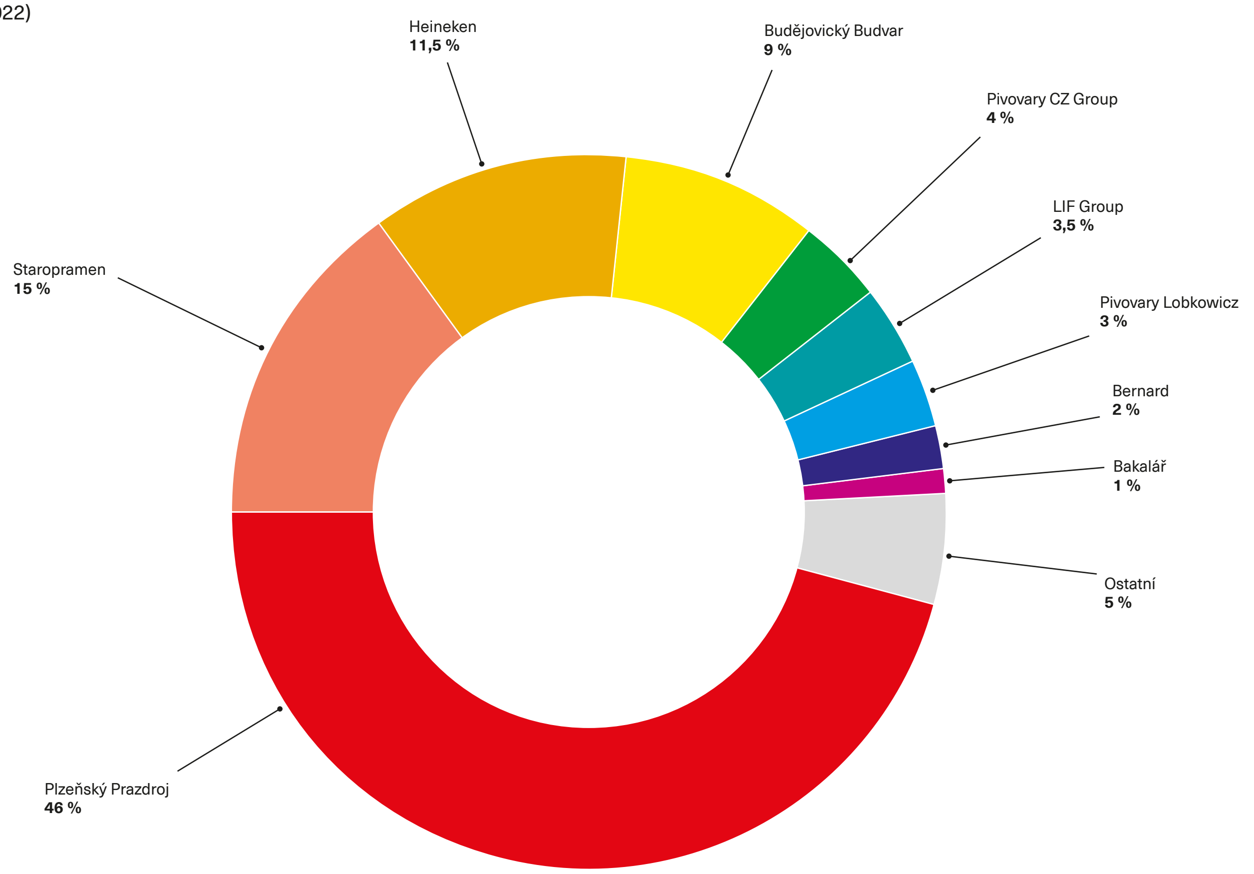
INZERCE

**Podíly pivovarů na českém trhu**
(rok 2022)




ZDROJ: TÝDENÍK EURO

budoucnost mluvčí pivovaru Denisa Mylbachrová.

Nealkoholické pivo začaly vařit i některé řemeslné pivovary, například zmíněný Zichovec. „My jsme teď taky dělali nealko a dvě osmičky a pár devítek, protože trend směrem k menšímu objemu alkoholu určitě existuje. To ale nesnižuje prodeje silnějších piv IPA, NEIPA a stoutů, to nám frčí a každý rok to roste," říká Ondřej Husák ze zichoveckého minipivovaru.

### Ještě je kam klesat

Češi si zatím navzdory klesající spotřebě piva drží pozici největších pivařů na světě, když loni připadalo na každého obyvatele Česka 272 půllitrů piva. Podle nejnovějšího mezinárodního srovnání za rok 2021 máme pohodlný náskok před Rakouskem, Polskem, Německem a dalšími zeměmi s rozvinutou pivní kulturou. Je ale otázkou, jestli a jak dlouho si toto postavení Česko udrží. „Často se říká, že generace klasických pivařů vymírá," poznamenává Konečný.

Zatímco hospody zavírají a ty, co zůstávají otevřené, prodávají piva méně než dřív, velmi se daří bistrům, kavárnám a dalším menším podnikům, které se nesoustřeďují na alkoholické nápoje. Jejich tržby podle dat společnosti Dotykačka vzrostly za prvních pět měsíců letošního roku v porovnání se stejným obdobím v roce 2019 o 82 procent. Podle Luboše Kastnera z Asociace malých a středních podniků tento trend nesouvisí jen s klesající oblibou piva. „V bistrech se konzumuje rychleji než v restauracích a hospodách, což je pro mnoho lidí atraktivnější. A bistra jsou také levnější na provoz než klasické restaurace – jsou menší, takže platí nižší nájmy a pracuje v nich méně lidí," vysvětluje.

Nižší spotřebě nahrávají i zmíněné pivní trendy – nealko a speciály. „To jsou věci, které nezlomíte. Naopak je to příležitost zkvalitnit skladbu a my, protože vyrábíme kvalitní ležáky, budeme spíše zkvalitňovat nabídku," říká obchodní ředitel Budvaru Zdeněk Hejda. Končí tedy období české pivní výjimečnosti a zařadí se Česko mezi západní země, kde se pije

**Hospody, které chtějí přežít, musejí podle Asociace malých a středních podniků rozšířit spektrum služeb. Jednou z cest je například teplá kuchyně a příprava oblíbených poledních menu a jejich rozvoz po firmách v okolí.**