

ZWIĄZEK PRZEDSIĘBIORCÓW I PRACODAWCÓW

---



RATUJMY  
POLSKIE  
RESTAURACJE

Sorry  
We're  
CLOSED

---

WARSZAWA, CZERWIEC 2020

---

# POLSKI RYNEK GASTRONOMICZNY

---

Polska gastronomia to ponad 76 tysięcy lokali, które generują blisko 37 mld złotych dla krajowego PKB. Rynek jest zdominowany przez małych i mikro przedsiębiorców – duże biznesy można policzyć na palcach dwóch rąk.

Gastronomia jest podzielona na segmenty, którym odpowiadają różne koncepty gastronomiczne – od lat w branży dominują punkty typu fast-food oraz lokale sezonowe (około 15 tysięcy lokali w każdym segmencie), ale znaczący udział mają również bary, restauracje i puby (po około 10 tysięcy lokali). W ostatnich latach na znaczeniu zyskują kawiarnie (blisko 7 tysięcy punktów) oraz kluby i dyskoteki (blisko 2 tysiące punktów). Odrębnym segmentem są restauracje hotelowe, ukierunkowane głównie na klienta wewnętrznego (około 2 tysięcy punktów). Każdy z tych segmentów charakteryzuje się inną koncepcją biznesową (również lokalizacjami), strukturą kosztów prowadzenia biznesu (udział czynszu i kosztów ludzkich rośnie w przypadku punktów stacjonarnych w centrach miast i często dochodzi do 50 proc. obrotu generowanego przez punkt gastronomiczny) oraz innym sposobem dotarcia do konsumenta.




Od kilku lat na rynku gastronomicznym zaczyna być budowana usługa delivery, czyli sprzedaż posiłków z dostawą do klienta (samodzielnie przez punkty gastronomiczne bądź za pośrednictwem agregatorów internetowych, pobierających opłaty za obsługę zamówienia).

Liczba lokali gastronomicznych ukierunkowanych wyłącznie na sprzedaż w dowozie jest bardzo ograniczona (kilka konceptów biznesowych). W większości przypadków, sprzedaż delivery ma dla lokali gastronomicznych znaczenie poboczne i stanowi dodatkowy kanał sprzedaży (generujący kilka bądź kilkanaście procent całego obrotu lokalu). Zgodnie z aktualnymi informacjami, wartość usług dowozu to około 6 mld złotych w skali roku – szacuje się, że około 15 proc. punktów gastronomicznych aktywnie prowadzi sprzedaż w tym kanale.

Branża gastronomiczna, w zależności od pory roku, zatrudnia blisko milion osób, głównie młodych poniżej 26 roku życia. Często dla tych ludzi gastronomia to pierwsza praca, nie zawsze w pełnym wymiarze godzin. Dla wielu ludzi gastronomia to szansa na dodatkowy zarobek w trakcie studiów czy w okresie wakacyjnym.








Polska gastronomia to ponad **76 tysięcy lokali**, które generują blisko **37 mld złotych** dla krajowego **PKB**.

## ZROZUM GASTRONOMIĘ

- 
- Gastronomia to nie sklep spożywczy, gastronomia to praca.
  - Gastronomia to nie odsprzedaż towarów, gastronomia to produkcja wyrobów do spożycia na miejscu lub na wynos.
  - Ceny w lokalu gastronomicznym są kształtowane nie tylko przez cenę surowca, ale przez koszt czynszu, koszt obsługi, jak również pozostałe koszty operacyjne, w tym utrzymanie bezpieczeństwa sanitarnego w lokalu.

---

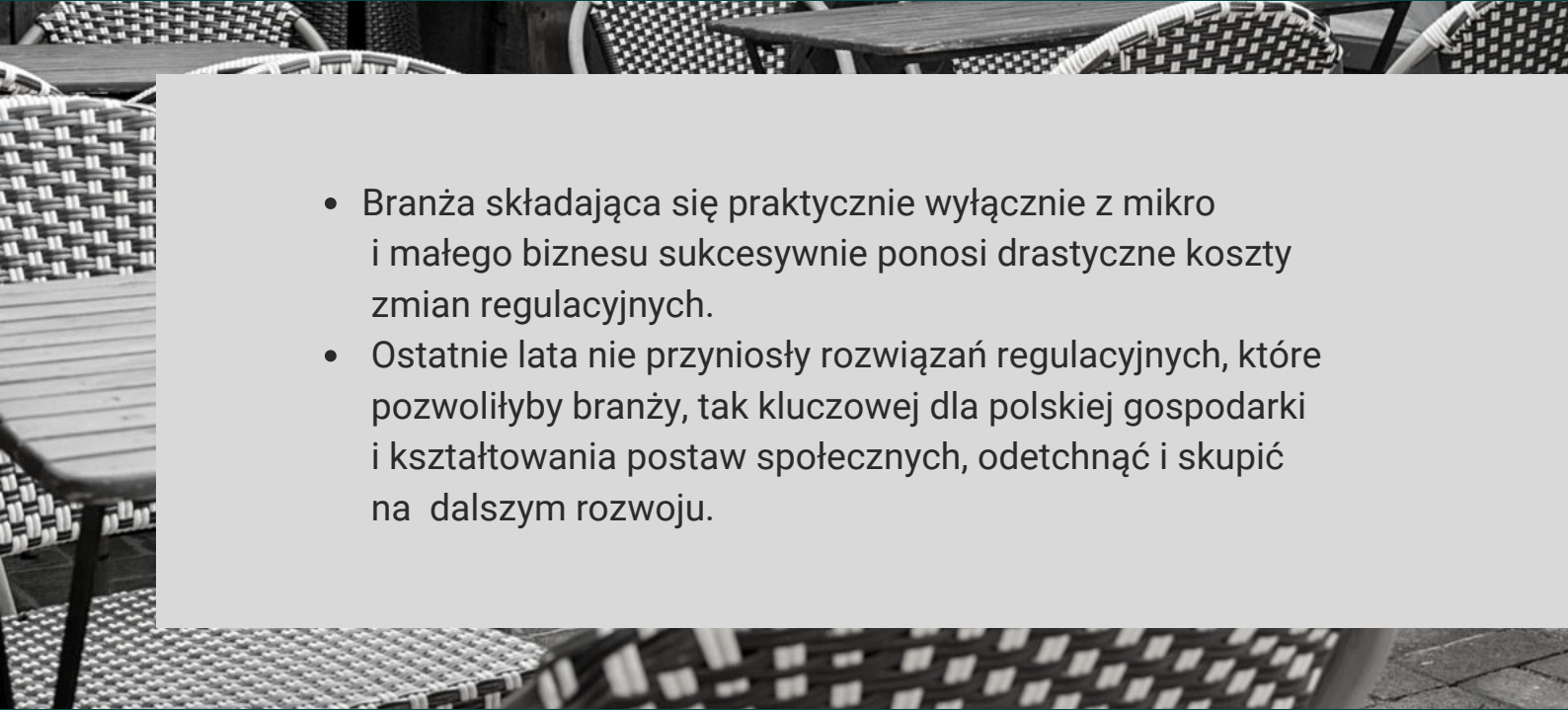
# KLUCZOWE ZMIANY NA RYNKU W OSTATNICH LATACH

---

Ostatnie lata to trend wzrostowy na rynku usług gastronomicznych, zarówno stacjonarnych, jak i na rynku dowozów. Wzrosty w zakresie obrotów – w zależności od segmentu – mogły wynosić od 5 do 10 proc. rok do roku.



## REGULACJĄ W GASTRONOMIĘ

- 
- Branża składająca się praktycznie wyłącznie z mikro i małego biznesu sukcesywnie ponosi drastyczne koszty zmian regulacyjnych.
  - Ostatnie lata nie przyniosły rozwiązań regulacyjnych, które pozwoliłyby branży, tak kluczowej dla polskiej gospodarki i kształtowania postaw społecznych, odetchnąć i skupić na dalszym rozwoju.

Na rynek gastronomiczny istotny wpływ miały zmiany w zakresie regulacji podatkowych i zatrudnienia:

- zmiana interpretacji organów podatkowych dotyczących stawki VAT sprzedaży posiłków gotowych na wynos i w dowozie (2016 r.) – wzrost stawki VAT z 5 proc. do 8 proc.;
- stopniowe podwyższanie minimalnej stawki godzinowej za pracę i za zlecenie (2017 r.) – wzrost minimalnej płacy przełożył się na wysokość kosztów zatrudnienia i udział kosztów zatrudnienia w strukturze kosztów;
- zakaz handlu w niedzielę (2018 r.) – wprowadzenie zakazu działalności centrów handlowych w niedziele spowodował, że restauracje straciły nawet kilkadziesiąt procent tygodniowego obrotu, przy minimalnym ograniczeniu kosztów najmu czy zatrudnienia;
- obniżenie stawki podatku dochodowego dla osób poniżej 26 roku życia (2019 r.) – konieczność efektywnych podwyżek dla osób od 26 roku życia, żeby wynagrodzenie netto dla całej obsługi restauracji było na tym samym poziomie;
- podwyżka akcyzy na wyroby alkoholowe (2020 r.) – wzrost kosztów zakupu surowca wykorzystywanego w ramach usługi gastronomicznej;
- planowane wprowadzenie podatku cukrowego (2020 r.) – wzrost kosztów zakupu surowca wykorzystywanego w ramach usługi gastronomicznej;
- rosnąca inflacja – wzrost cen surowców (głównie warzywa i owoce) powoduje podwyższenie kosztów bezpośrednich w branży.



Wszystkie te zmiany regulacyjne i ekonomiczne przełożyły się na istotne zmniejszenie rentowności biznesów oraz na częściowe podwyżki cen do konsumentów

---

# W PŁY W P A N D E M I I

## NA RYNEK GASTRONOMICZNY

---

W okresie dwóch miesięcy – od połowy marca do połowy maja 2020 r. – polskie restauracje były praktycznie zamknięte. Możliwe było prowadzenie wyłącznie sprzedaży na wynos i w dowozie.

Przeważająca część lokali gastronomicznych nie otworzyła się w tym okresie. Lokale, które prowadziły sprzedaż na wynos i w dowozie, osiągały obroty na poziomie 5 proc. - 10 proc. w porównaniu rok do roku. Wyłącznie te punkty gastronomiczne, których model zakłada sprzedaż na wynos i w dowozie, generowały sprzedaż porównywalną do zeszłego roku (bardzo ograniczona liczba punktów).







Od połowy maja 2020 r. lokale gastronomiczne zostały otwarte w ograniczonym rygorze sanitarnym. Nie oznacza to jednak powrotu klientów do restauracji.

Pozostałe ograniczenia – brak turystów zagranicznych, zmiany w obrębie centrów miast, model pracy zdalnej, izolacja społeczna, to wszystko przekłada się na brak porównywalności osiąganych obecnie obrotów na sprzedaży do obrotów osiąganych przez lokale gastronomiczne w latach ubiegłych (w większości przypadków poniżej 50 proc. obrotów rok do roku).

Największy problem mają lokale gastronomiczne ukierunkowane na klientów biznesowych i turystów miejskich, lokale w centrach handlowych, restauracje czy kluby muzyczne (wciąż zamknięte).

Branża uzyskała środki – częściowo bezzwrotne – z tarczy finansowej. Pieniądze te zostaną przeznaczone na utrzymanie zatrudnienia (są przedsiębiorcy, którzy nie mogą uzyskać wsparcia z uwagi na otwarte postępowania prowadzone przez fiskusa w związku z kwestionowaniem prawidłowości stosowania 5 proc. stawki VAT na sprzedaży na wynos w okresie przed 2016 r.). Branża uzyskała również dopłaty do pensji pracowników, które wsparły wypłaty za okres pandemii.





# GASTRONOMIA TO NIE TURYSTYKA

- Gastronomia w kurortach nadmorskich, czy w górach, to tylko część całego sektora.
- Po odmrożeniu, lokale gastronomiczne w miastach stoją puste.
- Zauważalna zmiana w zachowaniu konsumentów (izolacja) i praca zdalna powodują, że powrót do restauracji w ciągu najbliższych kilkunastu miesięcy jest mało prawdopodobny.

---

# HISTORIE

## Z TWOICH RESTAURACJI

---



### BIERHALLE

**Liczba punktów gastronomicznych:** 10

**Lokalizacje:** centra turystyczne miast (Kraków, Wrocław, Warszawa, Łódź), centra handlowe (Poznań, Bydgoszcz, Warszawa)

**Zatrudnienie:** przed epidemią 400 aktualnie 150

**Średnia wieku obsługi punktów gastronomicznych:** 30 lat

#### **Stanisław Magdij, Dyrektor Operacyjny:**

*Nasze restauracje i własne browary prowadzimy od kilkunastu lat. Bywało trudno, ale teraz sytuacja jest dramatyczna. Restauracje w rynku w Krakowie czy Wrocławiu praktycznie nie funkcjonują. Brak turystów zagranicznych powoduje, że nasze aktualne obroty to około 10 – 15 proc. w porównaniu do roku poprzedniego.*

*Wakacje to zawsze były najlepsze miesiące sprzedażowe – już wiemy, że w tym roku takie nie będą. Dodatkowo obostrzenia sanitarne w istotny sposób wpływają na ilość osób, które możemy zaprosić do naszych restauracji. Obroty całej sieci Bierhalle to 40 proc. planowanej sprzedaży, co sprawia, że jesteśmy na etapie walki o uzyskanie progu rentowności. Podejmujemy różne działania, które mają pozwolić nam przetrwać ten trudny okres i uratować wszystkie lokalizacje, a co za tym idzie miejsca pracy. Jeżeli jednak sytuacja nie zmieni się w najbliższych miesiącach, to przyjdzie czas na poważne decyzje.*

## CHARLIE FOOD & FRIENDS

Liczba punktów gastronomicznych: 7  
Lokalizacje: centra handlowe  
Zatrudnienie: 80



### Jan Rogala, założyciel:

*Jesteśmy rodzinną firmą. Funkcjonujemy w branży 10 lat. Nieustanna praca nad modelem biznesu, ciężka walka o rozwój produktu oraz utrzymanie rentowności nie są nam obce. Nigdy jednak do tej pory pojedynczy czynnik nie wpłynął tak drastycznie i w tak krótkim czasie na cały rynek jednocześnie. Tarcza finansowa pomogła nam chwilowo, ale prawdziwe problemy zaczną się w perspektywie 2-3 miesięcy, kiedy skończą się środki. Trend sprzedaży jest wzrostowy (w końcu ruszyliśmy od zera), ale w 4 tygodnie od otwarcia osiągnęliśmy sprzedaż na poziomie jedynie 42 proc. w porównaniu do analogicznego okresu sprzed roku. Zbliżenie się do wartości sprzed epidemii potrwa wiele miesięcy, a tempo powrotu będzie zależało m.in. od stopnia utrzymania rządowych ograniczeń i środków ostrożności, które wpływają negatywnie na komfort klientów. Obawiamy się, że rządowe zakazy spowodowały trwałe zmiany w zachowaniach klientów, a takich strat nie pokryją doraźne zastrzyki finansowe, które otrzymaliśmy. Potrzebujemy większego wsparcia na najbliższe miesiące, szczególnie, że prywatne instytucje finansujące bardzo niechętnie patrzą na biznes o ujemnych przepływach z brakiem wiarygodnej perspektywy na powrót do sytuacji sprzed kryzysu.*

## CZERWONY WIEPRZ, ELIXIR, FOLK GOSPODA



Liczba punktów gastronomicznych: 4  
Lokalizacje: centra turystyczne miast (Warszawa)  
Średnia wieku obsługi punktów gastronomicznych: 20 lat

### Piotr Popiński, założyciel:

*Nasz model biznesowy oparliśmy na serwowaniu polskiej kultury w różnych odstonach i w najlepszym wydaniu. Dostrzegł nas Przewodnik Michelin, wyróżniając World's 50 Best, rekomendowały Ambasady i doceniali nas zagraniczni turyści, a rodzime firmy cieszyły z możliwości organizacji imprez w naszych restauracjach. Niestety aktualny trend izolacyjny powoduje, że sprzedaż drastycznie spadła. Poziom obrotów – około 30 proc. - nie daje perspektywy na spokojną jesień.*



## ETNO CAFE

**Liczba punktów gastronomicznych:** 25

**Lokalizacje:** centra handlowe, ulice przy biurowcach, kawiarnie wewnątrz obiektów biurowych

**Zatrudnienie:** 315 osób w całej grupie, w tym 235 w kawiarniach

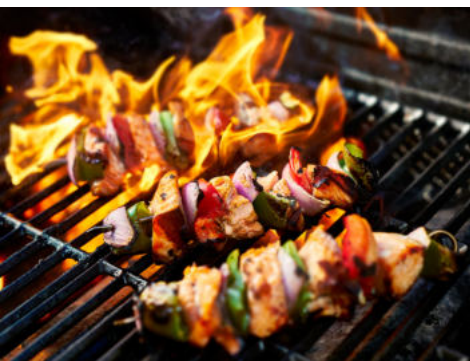
**Średnia wieku obsługi punktów gastronomicznych:** 22 lata



**Łukasz Mrowiński, prezes zarządu oraz założyciel:**

*Kawa to pasja, a serwowanie kawy to bardzo ciężka praca. I chcemy ją dalej wykonywać. Potrzebujemy jednak takich rozwiązań, które pozwolą nam zrekompensować brak ruchu w kawiarniach albo pomogą nam ten ruch wykreować.*

## PUB LOLEK, STIXX



**Mariusz Grabowski, założyciel:**

*Warszawa to fantastyczne miasto i fantastyczni ludzie. Dopóki jednak ludzie nie uwierzą, że jest bezpiecznie i dopóki nie wrócą do centrum, to nasze lokale będą albo zamknięte albo puste.*

*Potrzebujemy realnego wsparcia, które zachęci ludzi do przyścia do gastronomii, a przedsiębiorcom pozwoli zrekompensować ogromne koszty, jakie ponoszą pomimo braku klientów.*

## RESTAURACJE STREET

**Liczba punktów gastronomicznych:** 4

**Lokalizacje:** biurowce, centra handlowe

**Zatrudnienie:** 100 osób

**Średnia wieku obsługi punktów gastronomicznych:** 35 lat



**Magdalena Lewicka, współwłaścicielka:**

*Kryzys całkowicie zmienił nasz biznes – najbardziej ucierpiały punkty zlokalizowane albo w biurowcach albo w centrach handlowych, już wcześniej dotknięte przez zakaz handlu w niedziele. Mamy gotowy kolejny lokal, ale z uwagi na brak spodziewanych klientów, wstrzymujemy się z otwarciem.*

*Nasi pracownicy, będący z nami od kilkunastu lat, są bardzo cierpliwi i wyrozumiali, ale ciężko będzie im zaakceptować sytuację, w której przestaniemy płacić wynagrodzenie, bo całą gotówkę wydamy na czynsz za pusty lokal.*

## SALAD STORY

**Liczba punktów gastronomicznych:** 47, po kryzysie 40

**Lokalizacje:** biurowce, centra handlowe, ulice przy biurowcach

**Zatrudnienie:** około 450 osób

**Średnia wieku obsługi punktów gastronomicznych:** ok. 22

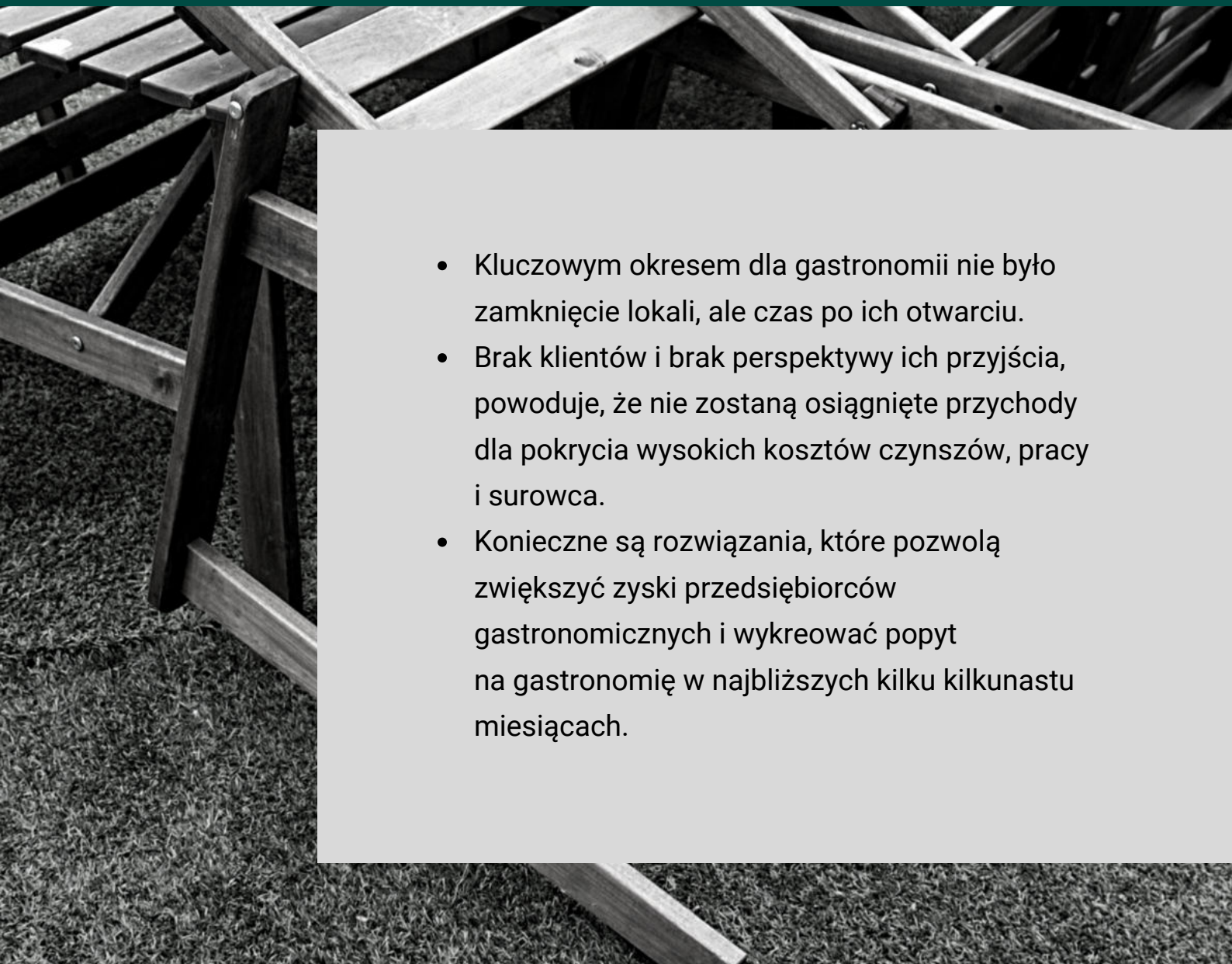


**Anna Krajewska, założycielka:**

*Przez kilka lat rozwijaliśmy się fantastycznie. Wierząc w trend zdrowej żywności i ciesząc się sympatią naszych klientów, generowaliśmy zyski, z których otwieraliśmy po kilka punktów gastronomicznych rocznie. Udało nam się ze zdrową żywnością zbudować zdrowe nawyki żywieniowe wśród wielu ludzi. Problemy zaczęły się w 2016 r. – najpierw fiskus uznał, że to co twierdził przez kilka lat, było nieprawdą i kazał oddać podatki (VAT) – zapłaciliśmy. Później zakaz handlu w niedziele spowodował spadki obrotów – dostosowaliśmy się, ale teraz nie widać żadnej perspektywy. Dużo mniej klientów przychodzi do centrów handlowych, ci co przychodzą raczej kupują i wychodzą, nie jedzą na food courtach, a biura i uczelnie, obok których mamy lokale, są zamknięte. Wynajmujący dociskają płatność czynszów, a wszystko co odłożyliśmy, oddaliśmy fiskusowi – z czego mamy więc zapłacić pracownikom? Firma stoi na krawędzi. Bez pomocy jest bez szans.*



# PROBLEM GASTRONOMII ZACZYNA SIĘ TERAZ



- Kluczowym okresem dla gastronomii nie było zamknięcie lokali, ale czas po ich otwarciu.
- Brak klientów i brak perspektywy ich przyjścia, powoduje, że nie zostaną osiągnięte przychody dla pokrycia wysokich kosztów czynszów, pracy i surowca.
- Konieczne są rozwiązania, które pozwolą zwiększyć zyski przedsiębiorców gastronomicznych i wykreować popyt na gastronomię w najbliższych kilku kilkunastu miesiącach.



---

# JAK ŚWIAT POMAGA BRANŻY GASTRONOMICZNEJ

---

Fakt, że gastronomia poniesie szczególne straty w efekcie kryzysu został dostrzeżony globalnie.

Poszczególne państwa opracowują rozwiązania ukierunkowane na zmniejszenie lub dopłaty do kosztów przedsiębiorstw gastronomicznych, zwiększenie zyskowności tego biznesu albo też wykreowanie popytu na usługi gastronomiczne. Z uwagi zależność branży od nastrojów konsumenckich, jej dużą segmentację oraz istotny udział małego i mikro biznesu w strukturze sektora, bardzo jasne jest, że te rozwiązania muszą być stosowane przez najbliższych kilka bądź kilkanaście miesięcy.





Najbardziej powszechnym i relatywnie najprostszym regulacyjne rozwiązaniem, jakie zdecydowały się wdrożyć państwa europejskie celem specjalnego wsparcia sektora gastronomicznego, jest obniżka stawki VAT na usługi gastronomiczne.

Na taki ruch zdecydowały się m.in.:

- Austria – obniżka stawki VAT do 10 proc. do końca 2020 r.
- Belgia – obniżka stawki VAT do 6 proc. do końca 2020 r.
- Bułgaria – obniżka stawki VAT do 5 proc. na usługi gastronomiczne do końca 2021 r.
- Cypr – obniżka stawki VAT do 5 proc. na usługi gastronomiczne do stycznia 2021 r.
- Grecja – rozważa przejściową obniżkę stawki VAT do 11 proc. na usługi gastronomiczne.
- Niemcy – obniżka stawki VAT do 7 proc. na usługi gastronomiczne do końca 2021 r. (w okresie przejściowym do końca 2020 r. obniżka stawki do 5 proc.).
- Rumunia – rozważa obniżkę stawki VAT na usługi gastronomiczne do 0 proc.





Najbardziej powszechnym i relatywnie najprostszym regulacyjne rozwiązaniem, jakie zdecydowały się wdrożyć państwa europejskie celem specjalnego wsparcia sektora gastronomicznego, jest obniżka stawki VAT na usługi gastronomiczne.

Na taki ruch zdecydowały się m.in.:

- Austria – obniżka stawki VAT do 10 proc. do końca 2020 r.
- Belgia – obniżka stawki VAT do 6 proc. do końca 2020 r.
- Bułgaria – obniżka stawki VAT do 5 proc. na usługi gastronomiczne do końca 2021 r.
- Cypr – obniżka stawki VAT do 5 proc. na usługi gastronomiczne do stycznia 2021 r.
- Grecja – rozważa przejściową obniżkę stawki VAT do 11 proc. na usługi gastronomiczne.
- Niemcy – obniżka stawki VAT do 7 proc. na usługi gastronomiczne do końca 2021 r. (w okresie przejściowym do końca 2020 r. obniżka stawki do 5 proc.).
- Rumunia – rozważa obniżkę stawki VAT na usługi gastronomiczne do 0 proc.





# **GASTRONOMIA DOSTRZEŻONA**

**Czasowa obniżka VAT to najbardziej naturalny sposób pobudzenia sektora gastronomicznego w ujęciu globalnym.**

---

# JAK MOŻNA POMÓC POLSKIM RESTAURACJOM

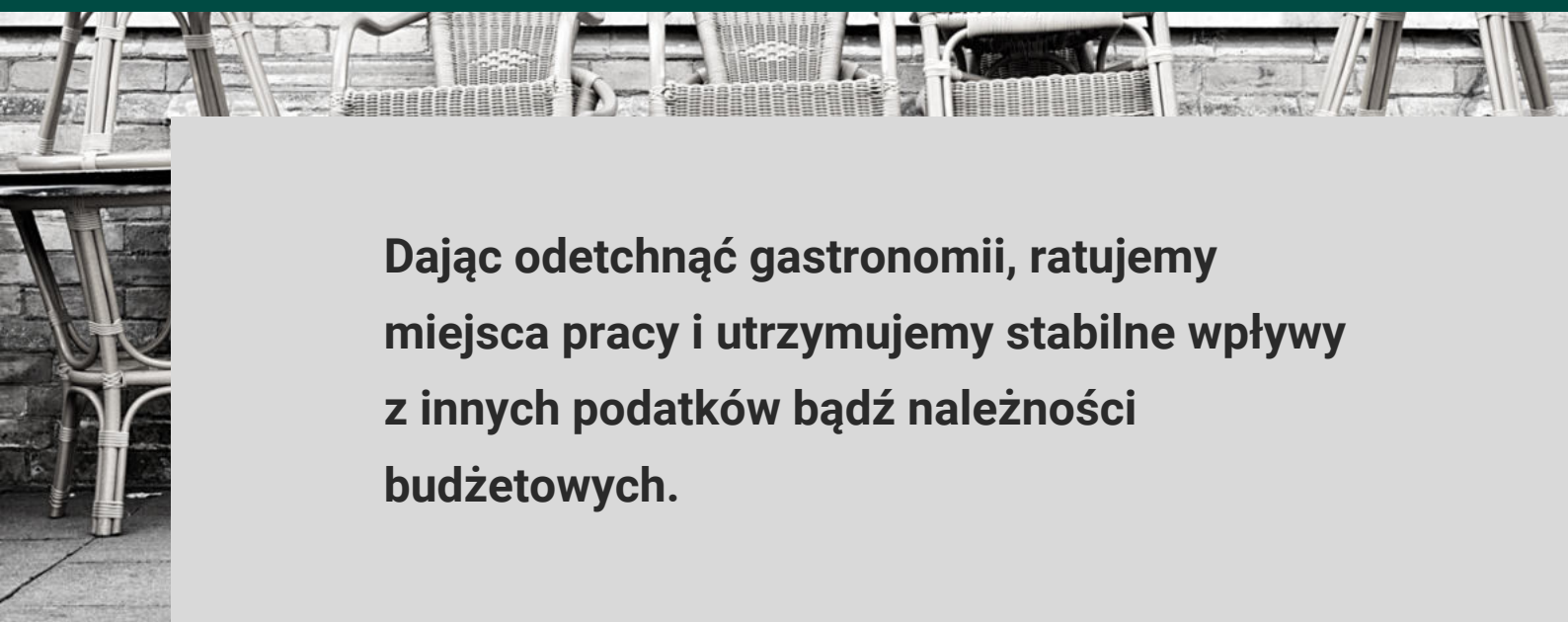
---

Konieczność wsparcia sektora w najbliższych miesiącach nie podlega dyskusji. Jednak bezpośrednie wsparcie finansowe nie wystarczy.

Doświadczenia globalne wskazują, iż powszechnym i najprostszym sposobem pobudzenia jest obniżenie stawki VAT.



**OBNIŻAJĄC PODATEK  
ZYSKUJE SIĘ PODWÓJNIE**



**Dając oddechnąć gastronomii, ratujemy  
miejsca pracy i utrzymujemy stabilne wpływy  
z innych podatków bądź należności  
budżetowych.**

Maksymalne obniżenie i uproszczenie opodatkowania usług gastronomicznych do poziomu jednolitej, niższej stawki 8 proc. VAT – jest o tyle naturalne, że:

- usługa gastronomiczna ma niepowtarzalny charakter;
- usługa gastronomiczna składa się głównie z pracy – tj. gastronomia to praca ludzka w zakresie przygotowania i podania posiłku i napoju, usługi pracochłonne powinny być opodatkowane obniżoną stawką VAT;
- obniżka stawki VAT przy sprzedaży może spowodować wzrost obrotów – tj. ewentualny dodatkowy zysk zostanie wykorzystany do spłaty finansowania udzielonego przez PFR albo wróci w formie podatku dochodowego;
- zakup usługi gastronomicznej dla celów biznesowych i tak nie skutkuje obniżką podatków po stronie kupującego – tj. kupujący nie odlicza VAT i nie ujmuje takiego zakupu w kosztach (wykreowanie dodatkowej sprzedaży w gastronomii wprost proporcjonalnie przekłada się na wpływy podatkowe).





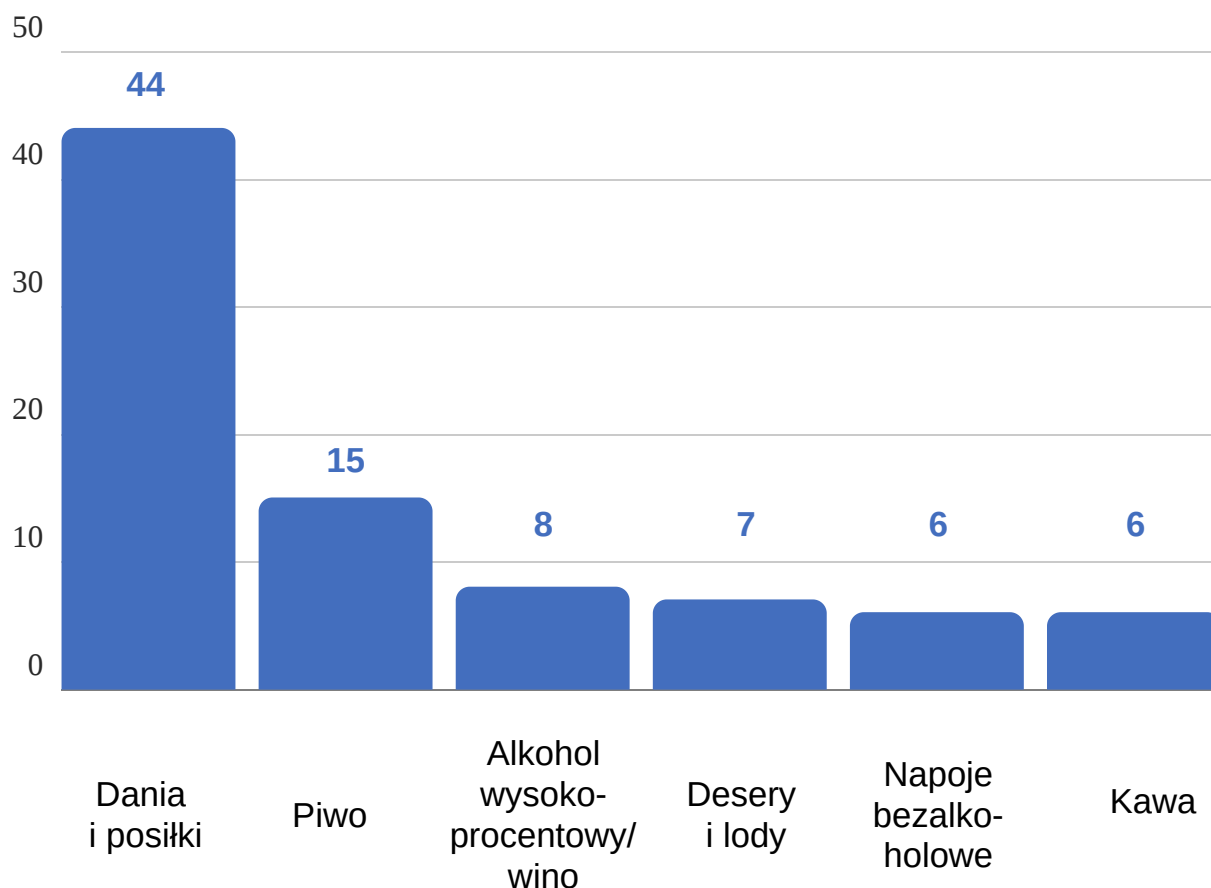
Należy podkreślić, że zgodnie z nową matrycą VAT, działalność gastronomiczna ma być co do zasady opodatkowana właśnie stawką 8 proc.

Problematyczne są wyjątki od tej reguły, obejmujące:

- napoje objęte podstawową (23 proc.) stawką VAT, takie jak np. kawa czy napoje alkoholowe,
- towary nieprzetworzone przez podatnika,
- posiłki zawierające owoce morza.

Uwzględnivszy strukturę przychodów polskich restauracji, zilustrowaną poniższym wykresem, zniesienie tych ograniczeń wiązałoby się z istotnym zwiększeniem rentowności biznesu restauracyjnego, co wielu podmiotom pozwoliłoby przetrwać trudny czas.

**Tabela 1.** Struktura przychodów polskich restauracji





# REASUMUJĄC

Polska gastronomia przechodzi przez najtrudniejszy okres od wielu lat. Profitowość podmiotów sektora była sukcesywnie zmniejszana kolejnymi zmianami regulacyjnymi, niewiele firm ma w związku z tym zapasy wystarczające, by bez szkód przejść przez wydłużający się okres niższego popytu na ich usługi. W warunkach kryzysu koronawirusowego państwo decyduje się wspierać te sektory, które ucierpiały najbardziej.

Mając to na uwadze, apelujemy o wprowadzenie jednolitej, niższej stawki VAT w gastronomii – 8 proc. na wszystko.



**51 900**

zrzeszonych firm



**580 000**

pracowników  
w firmach  
członkowskich



**15**

organizacji  
regionalnych



**19**

organizacji  
branżowych



# SKONTAKTUJ SIĘ Z NAMI

[WWW.ZPP.NET.PL](http://WWW.ZPP.NET.PL)



**13 500**

cytowań w mediach  
rocznie



**80 000**

followers – profile na  
Twitter



**128 000**

fanów  
na Facebook



**740 000**

minimalny zasięg  
miesięczny  
na Facebook





[WWW.ZPP.NET.PL](http://WWW.ZPP.NET.PL)

**ZWIĄZEK PRZEDSIĘBIORCÓW I PRACODAWCÓW**