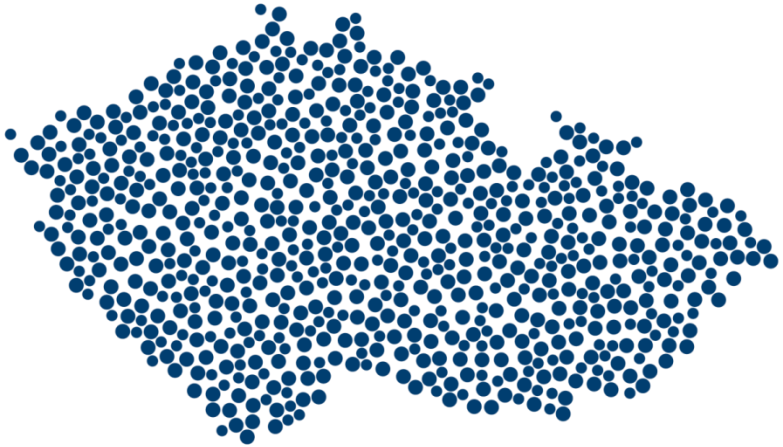


Česká gastroscéna a gastroturismus

InsightLab

CzechTourism

Design výzkumu – rešerše sekundárních informací

Metodologie	Systematická analýza sekundárních dat, obsahová analýza webů a publikací, triangulace tvrzení a syntéza
Analyzované zdroje	Oficiální statistiky, sektorové reporty, oborové svazy, průvodci a ocenění, recenzní platformy, odborná a lifestyle média
Kritéria výběru a ověřování	Priorita aktuálnosti a metodické transparentnosti, u neautoritativních zdrojů jsou klíčová čísla ověřena z nezávislých zdrojů
Časový rámec dat	Preferována data z období mezi rokem 2022 a únorem 2026, starší zdroje použity jen pro časové řady či konceptuální rámce
Termín zpracování	Prosinec 2025

Hlavní závěry

Česká gastronomie se zvedá

Protipandemická opatření v letech 2020 a 2021 představovala pro českou gastroscénu těžkou zkoušku. Od té doby však roční obraty v tomto ekonomickém segmentu stabilně stoupají.

Pozitivní dopad na českou gastronomii mělo vydání prvního Michelinského průvodce pro celou ČR v prosinci 2025. Nárůst počtu oceněných podniků dělá dobrou reklamu české gastronomii jako takové. Michelin je globálně rozeznatelná značka i pro lidi, kteří fine dining restaurace zpravidla nenavštěvují.

Struktura české gastroscény se postupně proměňuje

Přestože makroekonomické ukazatele vykazují celkový růst segmentu v posledních letech, je tento růst koncentrován především do větších měst (street food, bistra, kavárny).

V menších obcích naopak gastronomické podniky poměrně rychle zanikají (mezi lety 2018 a 2023 přes 15 % vesnických hospod). Na vině jsou zřejmě protipandemická opatření, inflace z let 2022 a 2023 a další ekonomické tlaky. Tradiční regionální gastronomie je tak spíše na ústupu a rostoucí počet malých obcí zůstává bez gastronomického zařízení.

Gastroturismus v ČR

Útrata za stravování a nápoje představuje v ČR u zahraničních i domácích turistů stabilně necelou pětinu všech výdajů na dané cestě. V globálním srovnání se zde pro ČR nachází prostor pro růst - v dražších destinacích tento poměr dosahuje až 35 %.

Z gastronomického hlediska láká ČR turisty zejména na české pivo a jihomoravské víno.
V posledních letech se k těmto dvěma tradičním pilířům přidávají dva nové, a sice rostoucí moderní gastronomická nabídka ve městech a v neposlední řadě i v regionech sílící fine dining scéna.

Strukturální problémy moravského vína

Víno z jižní Moravy představuje žádaný turistický produkt a jeden z pilířů české gastroscény. Produkce vína však klesá a vinaři se potýkají s klimatickými problémy jako je stále častější extrémní počasí a sucho. Překážku představuje i nedostatek pracovních sil a další ekonomické tlaky.

Tyto strukturální výzvy jsou poměrně obtížně řešitelné z pozice jednotlivých vinařů. Pomoci by mohla podpora společného přijetí adaptačních rámců jako je volba klimaticky odolnějších odrůd či efektivnější hospodaření s vodou.

Globální kontext a evropský trh

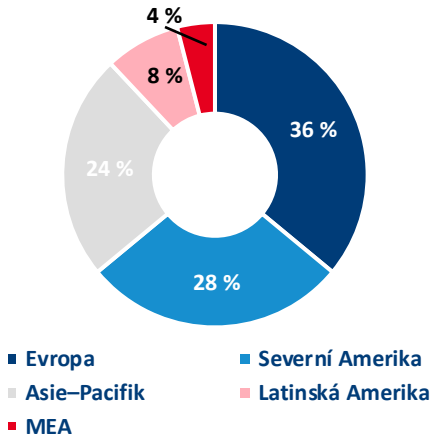
Gastroturismus

Gastroturismus jako strategický nástroj destinačního marketingu (1)

Celosvětově se gastroturismus již netýká jen úzké skupiny gastronomických nadšenců, ale stává se klíčovým tahounem cestovního ruchu.

- Gastroturismus představuje cestování motivované poznáním kulinární kultury destinace, od místních restaurací, festivalů a trhů po farmářské produkce a kurzy vaření. Nejde o pouhé stravování na dovolené, ale o cílený zájem o typické chutě regionu. (CBI, 2025; World Food Travel Association, 2024).
- Gastronomie přestala fungovat jako pouze doplňková služba a stále častěji se proměňuje v klíčový důvod návštěvy, čímž odráží hlubší zájem turistů o autenticitu a lokální identitu. Globální trh gastroturismu dosáhl v roce 2024 hodnoty 13,8 miliardy USD a odhaduje se, že do roku 2034 má vzrůst až na 84-85 miliard USD při průměrném ročním tempu růstu 19,9 % (CBI, 2025; Precedence Research, 2025)
- Evropa se na globálním trhu gastroturismu podílí zhruba 36 % (odhad 2024) na celosvětovém obratu, což vytváří strategickou příležitost i pro středoevropské destinace (Precedence Research, 2025).
- Finance utracené za místní gastronomii přinášejí příjmy do lokální ekonomiky a přímo podporují lokální aktéry (restauratéry, farmáře, vinaře a další). Správně nastavený gastroturismus má potenciál propojovat oblasti cestovního ruchu, zemědělství a potravinářství a vytváří tak mimo jiné i mezisektorové synergie s pozitivním dopadem na regionální rozvoj (CBI, 2025; UNWTO a Slow Food, 2025).

Podíl na trhu kulinářského cestovního ruchu, dle regionů, odhad



Zdroje:

1) World Food Travel Association – New Industry Definition of Food Tourism– https://www.worldfoodtravel.org/news-association-announces-new-industry-definition-of-food-tourism – publikováno: 2024 – staženo: 16. 1. 2026

2) CBI – The European market potential for food tourism – https://www.cbi.eu/market-information/tourism/food-tourism/market-potential – publikováno: 15. 12. 2025 – staženo: 16. 1. 2026

3) Precedence Research – Culinary Tourism Market Size 2024-2034 – https://www.precedenceresearch.com/culinary-tourism-market – publikováno: 2025 – staženo: 16. 1. 2026

4) UN Tourism (UNWTO) a Slow Food – UN Tourism and Slow Food partner to strengthen tourism and agriculture links to benefit of destinations and communities – https://www.unwto.org/news/un-tourism-and-slow-food-partner-to-strengthen-tourism-and-agriculture-links-to-benefit-of-destinations-and-communities – publikováno: 18. 6. 2025 – staženo: 16. 1. 2026

Data: Precedence Research – Culinary Tourism Market Size 2024-2034 – https://www.precedenceresearch.com/culinary-tourism-market – publikováno: 2025 – staženo: 16. 1. 2026

Gastroturismus jako strategický nástroj destinačního marketingu (2)

Gastroturismus generuje z globálního hlediska nadprůměrné útraty, podporuje místní ekonomiku a pomáhá zmírňovat sezónní charakter turismu.

- Turisté vynakládají na gastronomii přibližně 25 % svého celkového cestovního rozpočtu, v dražších destinacích dosahuje tento podíl až 35 % a v levnějších destinacích minimálně 15 % (CBI, 2025).
- Podle průzkumu Booking.com chce 73 % cestovatelů, aby jejich útraty směřovaly zpět do lokální komunity, a 69 % turistů deklaruje záměr zanechat navštívená místa v lepším stavu, než je našli. Tento přístup představuje potenciál pro ekonomický rozvoj lokálních potravinových produkcí ve venkovských oblastech, které lákají turisty na svoji regionální kuchyni (Booking.com, 2025; UNWTO a Slow Food, 2025).
- Gastronomické zážitky fungují celoročně a pomáhají vyplnit mimosezónní období, kdy klasický rekreační turismus stagnuje. Na rozdíl od plážové či lyžařské turistiky nemusí být gastroturismus vázán na konkrétní roční období. Destinace tak mohou stabilizovat příjmy z turismu v průběhu celého roku a snížit závislost na několika měsících hlavní sezóny (CBI, 2025).
- Jedinečná regionální kuchyně vytváří těžko napodobitelnou konkurenční výhodu a posiluje globální image destinace. Podle výzkumů více než 80 % turistů souhlasí, že jídlo a pití jim pomáhají pochopit místní kulturu a že gastronomické zážitky výrazně ovlivňují jejich celkovou spokojenost s cestou, čímž zvyšují pravděpodobnost opakované návštěvy (CBI, 2025).
- Spokojení gastroturisté se stávají ambasadory destinace a šíří dále pozitivní povědomí o navštíveném místě (CBI, 2025).

Zdroje:

1) Booking.com – Sustainable Travel Report 2025 – https://news.booking.com/bookingcoms-2025-research-reveals-growing-traveler-awareness-of-tourism-impact-on-communities-both-at-home-and-abroad/ – publikováno: 22. 4. 2025 – staženo: 19. 1. 2026

2) CBI – The European market potential for food tourism – https://www.cbi.eu/market-information/tourism/food-tourism/market-potential – publikováno: 15. 12. 2025 – staženo: 19. 1. 2026

3) UN Tourism (UNWTO) a Slow Food – UN Tourism and Slow Food partner to strengthen tourism and agriculture links to benefit of destinations and communities – https://www.unwto.org/news/un-tourism-and-slow-food-partner-to-strengthen-tourism-and-agriculture-links-to-benefit-of-destinations-and-communities – publikováno: 18. 6. 2025 – staženo: 19. 1. 2026

4) World Food Travel Association (WFTA) – 2016 Food Travel Monitor Report – https://www.worldfoodtravel.org/news-the-secret-weapon-for-aspiring-culinary-destinations – publikováno: červenec 2016 (u samotné studie; přesné datum neuvedeno, uvedeno sekundárně na stránce WFTA) – staženo: 10. 2. 2026

Co pohání evropský gastroturismus v letech 2025/2026

Gastroturismus v Evropě táhne autenticita, udržitelnost a lokálnost. Volby turistů stále více formují sdílené zážitky a online recenze.

- Více než každý čtvrtý evropský turista označuje gastronomii za klíčový důvod cesty, přičemž tento podíl v roce 2025 dále roste. Gastronomie ve smyslu ochutnávání lokální produkce pak zasahuje ještě větší část návštěvníků jako doplňková aktivita (CBI, 2025).
- Až 93 % cestovatelů globálně deklaruje zájem o udržitelnější volby při cestování, toto velmi vysoké číslo však odráží spíše obecný postoj, než reálný zájem o udržitelný turismus i za vyšší ceny. Podle o dva roky staršího výzkumu považuje téměř polovina turistů (49 %) udržitelné možnosti za příliš drahé a pouze 43 % akceptuje příplatek za certifikovaně udržitelné služby (Booking.com, 2023; 2025).
- Poptávka po autentických a imerzivních gastronomických zážitcích dynamicky roste. V roce 2024 zaznamenala platforma Klook 70% nárůst prodejů food experiences zahrnujících kurzy vaření, food tours a degustace u lokálních producentů. Přibližně 77 % turistů globálně vyhledává zážitky umožňující skutečné poznání místní kultury, například společné vaření s místními kuchaři, návštěvy farmářských trhů nebo ochutnávky přímo u výrobců (CBI, 2025; Precedence Research, 2025).
- Oblíbené gastronomické formáty zahrnují food festivaly (31 % globální trhu v roce 2024), kulinární a degustační trasy. Příběh za gastrozážitkem (původ, tradice apod.) a zapojení místních komunit představují klíčové prvky úspěšných gastronomických produktů (CBI, 2025; Precedence Research, 2025).
- Online recenze významně ovlivňují rozhodování turistů při výběru gastronomických zařízení – v Evropě je využívá při výběru restaurace mezi 32 % a 56 % lidí podle dané země. Více než polovina přečte před rozhodnutím minimálně 4 recenze a 83 % uživatelů považuje za relevantní pouze aktuální hodnocení. Online recenze čtou uživatelé zejména na Googlu, dále pak na platformách Yelp, TripAdvisor nebo FB (YouGov, 2024; DemandSage, 2025).

Zdroje:

1) Booking.com – Sustainable Travel Report 2023 – https://news.booking.com/cost-vs-conscience-bookingcom-delves-into-the-dilemma-dividing-sustainable-travel-in-2023/ – publikováno: 17. 4. 2023 – staženo: 16. 1. 2026
2) Booking.com – Sustainable Travel Report 2025 – https://news.booking.com/bookingcoms-2025-research-reveals-growing-traveler-awareness-of-tourism-impact-on-communities-both-at-home-and-abroad/ – publikováno: 22. 4. 2025 – staženo: 22. 1. 2026
3) CBI – The European market potential for food tourism – https://www.cbi.eu/market-information/tourism/food-tourism/market-potential – publikováno: 15. 12. 2025 – staženo: 22. 1. 2026
4) DemandSage – Online Review Statistics 2026 – https://www.demandsage.com/online-review-statistics/ – publikováno: 30. 12. 2025 – staženo: 22. 1. 2026
5) Precedence Research – Culinary Tourism Market Size 2024-2034 – https://www.precedenceresearch.com/culinary-tourism-market – publikováno: 2025 – staženo: 22. 1. 2026
6) YouGov – Should restaurants and bars concern themselves with online consumer reviews? – https://yougov.com/articles/48618-should-restaurants-and-bars-concern-themselves-with-online-consumer-reviews – publikováno: 9. 2. 2024 – staženo: 22. 1. 2026

Makroekonomický význam gastroturismu v ČR

Výdaje turistů za stravování a nápoje v ČR tvořily v posledních letech průměrně necelou pětinu jejich celkových výdajů na cestách.

- V roce 2023 převýšily výdaje za stravování domácích i zahraničních turistů úroveň před protiepidemickými omezeními. Rozdíl však ani v jednom z typů turismu nepřekonal nárůst cen stravovacích služeb, které u nás mezi lety 2019 a 2023 především kvůli inflaci vzrostly asi o 53 % (ČSÚ, 2026).

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Domácí turismus						
Celkem (mil. Kč)	126 347	131 351	87 530	105 216	146 134	143 071
Stravování a nápoje (mil. Kč)	23 493	24 853	17 068	19 978	26 841	26 239
Podíl stravování a nápojů (%)	18,6%	18,9%	19,5%	19,0%	18,4%	18,3%
Příjezdový turismus (vč. tranzitujících osob)						
Celkem (mil. Kč)	171 520	176 890	48 957	50 015	139 511	185 791
Stravování a nápoje (mil. Kč)	33 908	34 786	9 814	9 911	27 874	36 898
Podíl stravování a nápojů (%)	19,8%	19,7%	20,0%	19,8%	20,0%	19,9%

Poznámka: data k rokům 2024 a 2025 ČSÚ zatím nezveřejnil (stav k 02/2026).

Zdroje:

1) ČSÚ – Satelitní účet cestovního ruchu – https://csu.gov.cz/satelitni_ucet_cestovniho_ruchu – 28. 2. 2025 – staženo 11. 2. 2026
2) ČSÚ – Indexy spotřebitelských cen podle klasifikace COICOP 2018 – roční – https://data.csu.gov.cz/datastat/data/VYBER/CEN0101ET01?vSel=1 – publikováno: průběžně aktualizováno – staženo: 11. 2. 2026

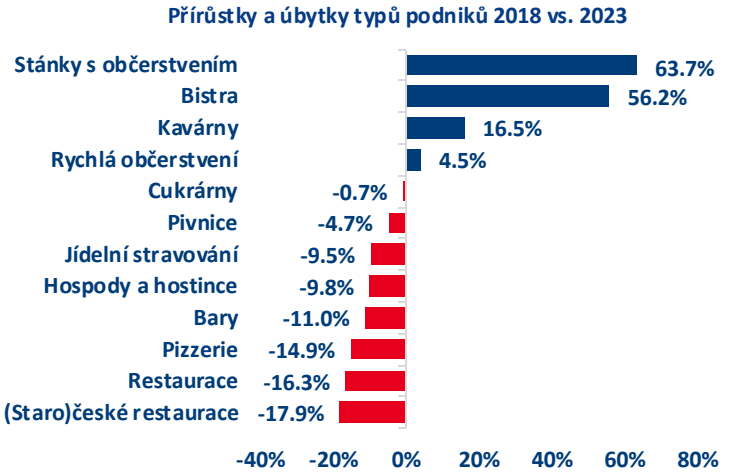
Ekonomická situace a pilíře české gastronomie

Česká gastroscéna

Proměna české gastroscény

V České republice je evidováno asi 40 tisíc podniků, jejich struktura se však v posledních letech poměrně výrazně mění. Zatímco moderní bistra a street food stánky jsou na vzestupu, tradičnější formy stravování ustupují.

- Dynamická situace na české gastronomické scéně se dotýká především hospod a restaurací v menších obcích. Mezi lety 2019 a 2023 zaniklo v obcích pod 5 000 obyvatel přes 1 300 vesnických hospod, což představuje asi 15 % z celkového množství (Plzeňský Prazdroj, 2023).
- Tato statistika zřejmě odráží především obtížnou ekonomickou situaci, do které se vesnické podniky dostaly během covidové pandemie, a kterou se jim často nepodařilo nijak vyřešit.
- Na vzestupu jsou pak především typy podniků, které se v menších obcích vyskytují spíše výjimečně. Lze tak konstatovat trend postupné koncentrace české gastroscény do měst.
- Sílící trend představuje také obliba fast food stravování zejména u mladší klientely. Týká se to velkých známých řetězců i menších stánků s kebabem, burgery či pizzou. Stále oblíbenější je také rozvoz těchto jídel (ČT24, 2025; Seznam zprávy, 2026).
- Restaurace a hospody přitom stále vévodí skladbě pohostinských podniků u nás. V roce 2023 se v ČR nacházelo přes 10 000 podniků registrovaných jako restaurace, přes 4 000 hospod a okolo 3 200 kaváren (Seznam zprávy, 2023).



Poznámka: Data vychází z nejnovější dostupné analýzy tohoto druhu k únoru 2026 (analýza zveřejněna 23. 6. 2023, Seznam zprávy)

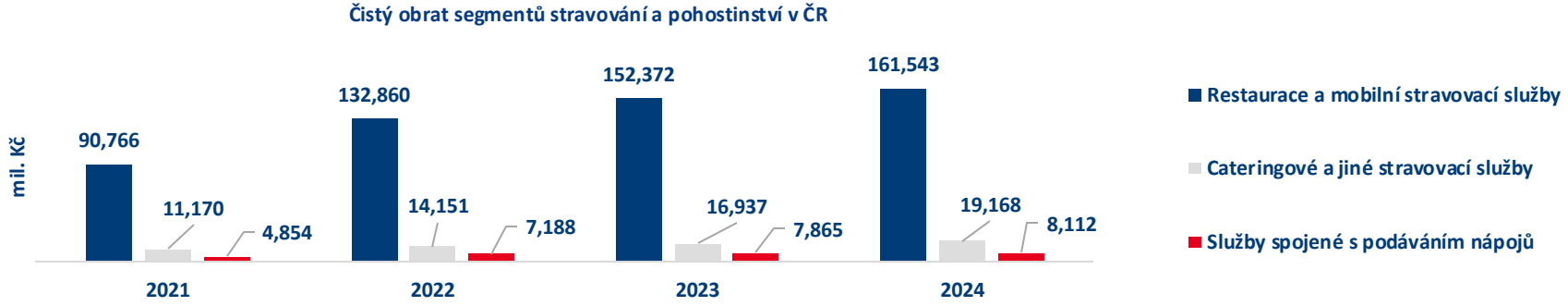
Zdroje:

1) ČT24 – Klasickým restauracím přebírají zákazníky fastfoody. A přibývá jich – https://ct24.ceskatelevize.cz/clanek/domaci/klasickym-restauracim-prebiraji-zakazniky-fastfoody-a-pribyva-jich-368024 – publikováno: 7. 12. 2025 – citováno: 24. 2. 2026
2) Plzeňský Prazdroj – Vesnické hospody lapají po dechu. Prazdroj na jejich záchranu dává desítky milionů – https://www.prazdroj.cz/vesnicke-hospody-lapaji-po-dechu-prazdroj-na-jejich-zachranu-dava-desitky-milionu
3) Seznam Zprávy – Tradiční česká hospoda jako ohrožený druh. Zavírají po stovkách – https://www.seznamzpravy.cz/clanek/fakta-tradicni-ceska-hospoda-jako-ohrozeny-druh-zaviraji-po-stovkach-233005 – publikováno: 23. 6. 2023 – staženo: 20. 2. 2026
4) Seznam Zprávy – Zisky hospod se propadly. Ale rozvážení jede, za rok hlásí pět milionů burgerů – https://www.seznamzpravy.cz/clanek/ekonomika-finance-osobni-zisky-hospod-se-propadly-ale-rozvazeni-jede-za-rok-hlasi-pet-milionu-burgru-297011 – publikováno: 22. 1. 2026 – staženo: 24. 2.2026
Data: Seznam Zprávy, analýza na základě dat Firmy.cz (https://www.seznamzpravy.cz/clanek/fakta-tradicni-ceska-hospoda-jako-ohrozeny-druh-zaviraji-po-stovkach-233005), citováno 20.2.2026

Struktura sektoru stravování a pohostinství v ČR (1)

Všechny tři segmenty, které dohromady tvoří celý sektor stravování a pohostinství, v ČR mezi lety 2021–2024 každý rok ekonomicky rostly.

- Největší nárůst nastal v roce 2022, kdy se odvětví po covidové krizi znovu nadechlo. Restaurace obnovily provoz, poptávka se vrátila a podniky začaly zvyšovat ceny i kapacity.
- Po skokovém oživení mezi lety 2021 a 2022 však začalo tempo růstu částečně zpomalovat.



Poznámka 1: data k roku 2025 nebyla dosud zveřejněna (stav k 02/26)
Poznámka 2: data k roku 2024 jsou provizorní a mohou být ještě evidována (stav k 02/26)
Poznámka 3: hodnoty jsou přepočítány z EUR do CZK dle průměrného kurzu pro daný rok dle ČSÚ

Zdroje:
Data: Eurostat – Enterprises by detailed NACE Rev. 2 activity and special aggregates (sbs_ovw_act) – https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/sbs_ovw_act/default/table?lang=en – publikováno: průběžně aktualizováno (poslední aktualizace dat: 8. 12. 2025) – staženo: 17. 2. 2026

Struktura sektoru stravování a pohostinství v ČR (2)

Tabulka ukazuje, že celkový objem stravovacích služeb roste i v roce 2024 (přestože data k tomuto roku jsou prozatím pouze provizorní), a při pokračování trendu by se kolem roku 2026 mohl přiblížit dvojnásobku roku 2021.

- Podíl restaurací a mobilního stravování se drží kolem 85 až 86 %, cateringové služby oscilují zhruba u desetiny obratu trhu a nápojové služby zůstávají poblíž čtyř procent bez výkyvů.
- Stabilita struktury naznačuje, že po pandemii působily na všechny segmenty podobné faktory v celé zemi, zejména růst nákladů a cen, návrat poptávky a omezené kapacity práce (ČSÚ).
- Cateringové a jiné stravovací služby zahrnují nejen jednorázové akce, ale i smluvní stravování, kantýny či koncese u sportu a dopravy a dostávají se tak na téměř 2,5krát vyšší obraty než služby spojené s podáváním nápojů (kavárny, bary, pivnice apod.).

	2021	2022	2023	2024 (p)
Činnosti v oblasti stravovacích a pohostinských služeb (mil. Kč)	106 790	154 199	177 173	188 823
Restaurace a mobilní stravovací služby (%)	85,0%	86,2%	86,0%	85,6%
Cateringové služby a jiné stravovací služby (%)	10,5%	10,2%	9,6%	10,2%
Služby spojené s podáváním nápojů (%)	4,5%	4,3%	4,4%	4,3%

Poznámka 1: data k roku 2025 nebyla dosud zveřejněna (stav k 02/26)
Poznámka 2: data k roku 2024 jsou provizorní a mohou být ještě evidována (stav k 02/26)
Poznámka 3: hodnoty jsou přepočítány z EUR do CZK dle průměrného kurzu pro daný rok dle ČSÚ

Zdroje:

1) ČSÚ – Statistiky – https://csu.gov.cz/statistiky – publikováno: neuvedeno – staženo: 18. 2. 2026

Data: Eurostat – Enterprises by detailed NACE Rev. 2 activity and special aggregates (sbs_ovw_act) – https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/sbs_ovw_act/default/table?lang=en – publikováno: průběžně aktualizováno (poslední aktualizace dat: 8. 12. 2025) – staženo: 17. 2. 2026

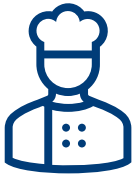
Pilíře české gastronomie a gastroturismu

Rozvoj české gastronomie v současnosti stojí na čtyřech základních pilířích, které mají největší gastroturistický potenciál.



České pivo

Česká republika si dlouhodobě drží pozici světové jedničky ve spotřebě piva na obyvatele, což přitahuje mnoho zahraničních milovníků piva a podporuje pivní turismus (The Guardian, 2024).



Rozvíjející se fine diningová scéna

České podniky získaly v prvním celonárodním průvodci Michelin rekordní počet michelinských hvězd a Česká republika se tak zařadila mezi 16 nejatraktivnějších gastronomických destinací světa pro rok 2026. (MICHELIN Guide, 2025).



Jihomoravské víno

Víno je hluboce zakořeněno v kultuře jižní Moravy a přitahuje desítky tisíc turistů ročně, avšak domácí vinaři čelí klesající spotřebě, cenovému tlaku řetězců a hluboké strukturální nejistotě (Průša et al., 2025).



Diverzifikace moderní nabídky

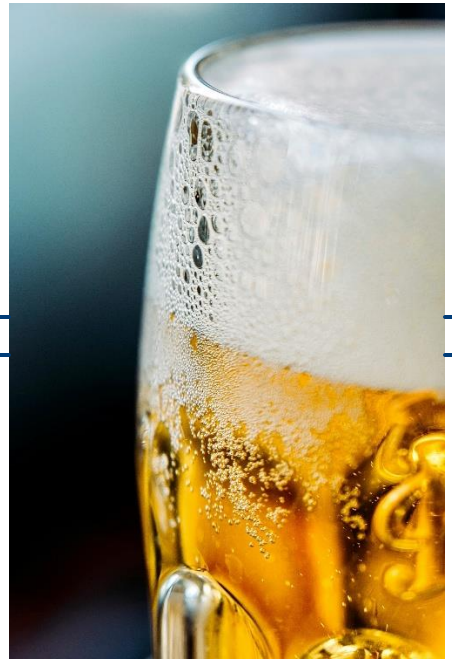
Zejména pražská gastronomie se díky svému rozvoji street food scény, bister, kaváren a dalších typů specializovaných podniků opakovaně umisťuje vysoko v renomovaných kulinářských žebříčcích (Expats, 2025).

Zdroje:

1) Expats.cz – New ranking: Prague is one of the best food capitals in the world – https://www.expats.cz/czech-news/article/study-prague-is-one-of-the-best-food-capitals-in-the-world – publikováno: 2. 7. 2025 – staženo: 12. 2. 2026
2) MICHELIN Guide – The MICHELIN Guide Czechia 2025 Is Out! – https://guide.michelin.com/cz/en/article/michelin-guide-ceremony/the-michelin-guide-czechia-2025-is-out – publikováno: 11. 12. 2025 – staženo: 12. 2. 2026
3) Průša. D. et al. (2025). Wine tourism and its role in the transformation of wine production and consumption in Czechia: A case study. Agriculture, 15(17), 1882. https://doi.org/10.3390/agriculture15171882
4) The Guardian – Prague bans night-time pub crawls – https://www.theguardian.com/world/2024/oct/15/prague-pub-crawl-ban-tourism-zdenek-hrib – říjen 2024 – staženo 12. 1. 2026

Pilíř I: české pivo

Počet aktivních pivovarů v České republice vzrostl ze 128 v roce 2008 na 568 (z toho cca 515 minipivovarů) v roce 2024 a roste dále (Brauwelt, 2008; Deník.cz, 2024).



Plzeňský pivovar přilákal v roce 2024 přes 600 tisíc návštěvníků, čímž se umístil mezi 10 nejnavštěvovanějšími turistickými atrakcemi v ČR (Plzeňský Prazdroj, 2025; Visit Plzeň, 2025).

Celková produkce piva v ČR dosáhla v roce 2024 až 20,9 milionu hektolitrů (+4,2 % meziročně), stále však pod rekordem roku 2019, kdy dosáhla 21,6 milionu hektolitrů (Prague daily news, 2025).

Žatec a krajina žateckého chmele se stalo v roce 2023 českou 17. památkou UNESCO – jedná se o první chmelařskou krajinu na světě, která získala status světového dědictví (NZM).

Zdroje:

1) Brauwelt – Boom of Czech minibreweries is over – https://brauwelt.com/en/international-report/europe-russia/643956-boom-of-czech-minibreweries-is-over – publikováno: 21. 1. 2022 – staženo: 23. 2. 2026
2) Deník.cz – Víc jich vzniká, než zaniká. Pivovarů v Česku bude brzy … – https://www.denik.cz/ekonomika/vznik-pivovaru-spotreba-piva.html – publikováno: 28. 1. 2024 – staženo: 15. 2. 2026
3) Národní zemědělské muzeum (NZM) – Žatec and the Landscape of Saaz Hops – https://www.nzm.cz/en/program/expositions/zatec-and-the-landscape-of-saaz-hops– publikováno: neuvedeno – staženo: 23. 2. 2026
4) Plzeňský Prazdroj – Plzeňský Prazdroj loni navštívilo téměř 610 tisíc lidí. Rekordní počet turistů hlásí historické podzemí – https://www.prazdroj.cz/plzensky-prazdroj-loni-navstivilo-temer-610-tisic-lidi-rekordni-pocet-turistu-hlasi-historicke-podzemi – publikováno: 10. 2. 2025 – staženo: 23. 2. 2026
5) Prague Daily News – Czech Beer Production on the Rise Again in 2024 – https://www.praguedaily.news/2025/05/20/czech-beer-production-set-to-increase-again-in-2024/ – publikováno: 20. 5. 2025 – staženo: 15. 2. 2026
6) Visit Plzeň – Pilsner Urquell Brewery – https://www.visitplzen.eu/en/visit-pilsen/the-best-of-pilsen/pilsner-urquell-brewery/ – publikováno: neuvedeno – staženo: 15. 2. 2026

Pilíř II: jihomoravské víno

Na území Moravy se nachází 96 % vinic v ČR a přes 1200 km vinařských stezek propojujících stovky obcí s degustacemi a sklípky. Ochutnávání lokálních vín představuje oblíbenou turistickou aktivitu (Průša et al., 2025; Vinetur, 2025).



Moravské vinařství však čelí klesající spotřebě vína, sklizeň v roce 2024 klesla o třetinu a vinaři již pátý rok po sobě nenaplnili kvóty nových výsadeb. Sektor se tak ocitá ve **strukturální nejistotě**, na vině je především klimatická změna a nedostatek pracovní síly. Vinařský turismus bohužel neposkytuje dostatečnou ekonomickou oporu, i když představuje součást řešení (Průša et al., 2025).

V turistických lokalitách jako Mikulov se do aktivit spojených s vínem zapojuje až 40 % zahraničních a 27 % tuzemských návštěvníků (Vinetur, 2025).

V roce 2023 přilákala dvě největší jihomoravská vinobraní ve Znojmě a Mikulově až 120 tisíc návštěvníků během jediného víkendu (Novinky.cz, 2023).

Zdroje:

1) Novinky.cz – Jihomoravská vinobraní navštívilo 120 tisíc lidí – https://www.novinky.cz/clanek/cestovani-jihomoravska-vinobrani-navstivilo-120-tisic-lidi-40443223 – publikováno: 11. 9. 2023 – staženo: 30. 1. 2026
2) Průša. D. et al. (2025). Wine tourism and its role in the transformation of wine production and consumption in Czechia: A case study. Agriculture, 15(17), 1882. https://doi.org/10.3390/agriculture15171882
3) Vinetur – Wine tourism drives transformation in Czechia's wine industry – https://www.vinetur.com/en/2025090390835/wine-tourism-drives-transformation-in-czechias-wine-industry-amid-climate-and-economic-challenges.html – září 2025 – staženo 28. 1. 2026

Pilíř III: rozvíjející se fine diningová scéna



Nová generace českých šéfkuchařů přetváří českou gastronomii. Fine diningové restaurace vznikají i mimo Prahu, kde tradiční recepty dostávají moderní formu s důrazem na lokální suroviny a sezónnost (National Geographic Traveller UK, 2024; Expats.cz, 2025).

Velkou událostí pro českou fine diningovou scénu představovalo vydání debutového průvodce Michelin pro celou Českou republiku. Oceněno bylo celkem 79 restaurací: 9 z nich získalo michelinskou hvězdu, 18 označení Bib Gourmand a 52 se dostalo do výběru doporučených podniků pod hranicí ocenění (Michelin Guide, 2025).

MICHELIN Guide Czechia 2025 se poprvé zaměřuje na celou Českou republiku a nesoustředí se pouze na Prahu. Jediná dvouhvězdová restaurace Papilio se nachází ve Vysokém Újezdě u Karlštejna. Hvězdy získaly i podniky v Olomouci, Zlíně a Hlohovci (Expats.cz, 2025; Michelin Guide, 2025).

Zdroje:

1(Expats.cz – Elevated eats: 21 fine-dining destinations to visit across Czechia – https://www.expats.cz/czech-news/article/elevated-eats-21-fine-dining-destinations-across-czechia – publikováno: 20. 7. 2025 – staženo: 10. 2. 2026

2) Expats.cz – Papilio makes culinary history as Czechia's first two-star Michelin restaurant – https://www.expats.cz/czech-news/article/czechia-s-first-two-star-michelin-restaurant-awarded – publikováno: 12. 12. 2025 – staženo: 23. 2. 2026

3) MICHELIN Guide – The MICHELIN Guide Czechia 2025 Is Out! – https://guide.michelin.com/cz/en/article/michelin-guide-ceremony/the-michelin-guide-czechia-2025-is-out – publikováno: 11. 12. 2025 – staženo: 10. 2. 2026

4) National Geographic Traveller UK – A food guide to Prague – https://www.nationalgeographic.com/travel/article/prague-food-guide – publikováno: 18. 4. 2024 – staženo: 10. 2. 2026

Pilíř IV: diverzifikace moderní nabídky

Praha obsadila v roce 2025 šesté místo v žebříčku JR Pass (publikováno Time Out) nejlepších foodie metropolí světa a druhé místo v roce 2023 ve studii Compare the Market v globálním hodnocení kulinářských destinací (Expats.cz, 2025).

Pražská gastroscéna nabízí širokou škálu moderních formátů od bister a street food marketů až po vegetariánské a veganské restaurace. Každý rok se zde otevírají desítky nových konceptuálních podniků (Prague.eu, Taste of Prague, 2026).

Diverzifikace se projevuje i v segmentu podniků zaměřených na nápoje. Tradiční hospody postupně ustupují moderním kavárnám s výběrovou kávou, které v roce 2023 zaznamenaly meziroční nárůst tržeb o 8 % v analýze Dotykačka, tedy nejvíce ze všech sledovaných typů podniků (Expats.cz, 2024).



Zdroje:

1) Expats.cz – New ranking: Prague is one of the best food capitals in the world – https://www.expats.cz/czech-news/article/study-prague-is-one-of-the-best-food-capitals-in-the-world – publikováno: 2. 7. 2025 – staženo: 16. 2. 2026
2) Expats.cz – Czech café culture thrives as people turn away from pubs – https://www.expats.cz/czech-news/article/czech-cafe-culture-thrives-as-people-turn-away-from-pubs – publikováno: 21. 3. 2024 – staženo: 14. 2. 2026
3) Prague City Tourism (Prague.eu) – Street food – https://prague.eu/en/objevujte-kategorie/street-food/?pg=1 – publikováno: neuvedeno – staženo: 23. 2. 2026
4) Prague City Tourism (Prague.eu) – Vegetarian and vegan restaurants in Prague – https://prague.eu/en/vegetarian-and-vegan-restaurants-in-prague/ – publikováno: neuvedeno – staženo: 23. 2. 2026
5) Taste of Prague – New Prague Restaurants in 2025 – https://www.tasteofprague.com/pragueblog/new-prague-restaurants-in-2025 – publikováno: 6. 1. 2026 – staženo: 16. 2. 2026

Česko, Rakousko, Německo, Maďarsko a Polsko

Srovnání s konkurenčními trhy

Představení gastroscény konkurenčních trhů



Rakouská gastronomie je charakteristická **propojením městské kavárenské kultury s alpskými regionálními tradicemi**. Vídeňská kavárenská kultura byla v roce 2011 zapsána do rakouského národního inventáře nehmotného kulturního dědictví UNESCO jako unikátní společenská instituce. Přibližně čtvrtina rakouské zemědělské půdy je **certifikována jako ekologická**, což z Rakouska činí lídra v organickém zemědělství, což se dále projevuje i v gastronomii (Back Road Journal, 2025; Österreichische UNESCO-Kommission, bez data; BMLUK, 2025).



Německá gastroscéna staví na výrazné **regionální rozmanitosti**, kde každá ze 16 spolkových zemí si uchovává vlastní významné kulinární tradice. S 333 restauracemi oceněnými hvězdou Michelin zaujímá země **čtvrté místo na světě v tomto žebříčku** a poukazuje na silnou fine dining scénu (Bon Appétit, 2023). V posledních letech se však v Německu čím dál více prosazují i další trendy jako je casual fine dining a udržitelnost. Zejména Berlín se pak etabloval jako jedno z center street food scény a nejrůznějších gastronomických inovací (Visit Berlin, 2025).



Maďarská gastroscéna se vyznačuje jednou z nejživějších nočních scén v Evropě, kde budapešťská čtvrť ruin barů (např. kultovní Szimpla Kert) nabízí kombinaci drinků, hudby a alternativní kultury. Země dále disponuje **22 vinařskými regiony** s rozvinutou infrastrukturou pro vinařský turismus (Wine Tourism, 2026). Budapešť patří mezi cenově dostupnější evropské metropole pro kvalitní stravování, což **přitahuje rostoucí počet turistů** (Hungary Unlocked, 2025).



Polská gastronomie je stále častěji popisována jako scéna, která se soustředí na moderní interpretace tradičních receptů a originalitu (Culture.pl, 2020). Varšava se etablovala jako jedno z **nejvíce vegansky přátelských měst na světě** s desítkami čistě rostlinných restaurací, v roce 2022 byla dokonce zařazena magazínem National Geographic mezi osm nejlepších destinací pro vegany (HappyCow, 2024; National Geographic, 2023). Gdaňsk pak získal v roce 2025 titul **Evropské hlavní město gastronomické kultury** (Meetings Poland, 2025).

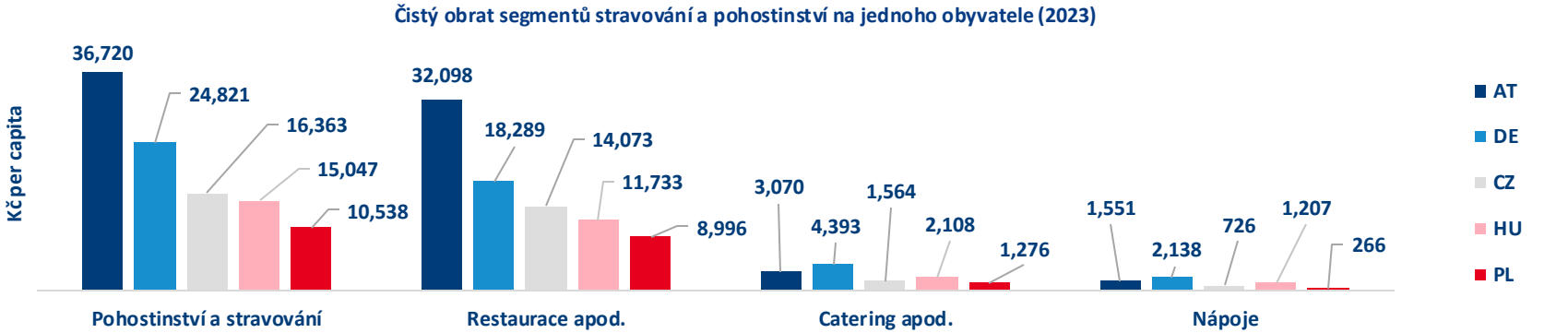
Zdroje:

1) Back Road Journal – Dining in Austria: A Blend of Tradition and Innovation – https://backroadjournal.wordpress.com/2025/08/24/dining-in-austria-a-blend-of-tradition-and-innovation/ – publikováno: 24. 8. 2025 – staženo: 19. 2. 2026
2) BMLUK (Rakouské spolkové ministerstvo zemědělství) – Grüner Bericht 2025 – https://www.parlament.gv.at/dokument/XXVIII/III/220/imfname_1708686.pdf – publikováno: 11. 9. 2025 – staženo: 19. 2. 2026
3) Bon Appétit: Germany Michelin Guide Restaurants List 2023 – https://www.bonappetit.com/story/germany-michelin-guide-restaurants-list-2023 – 2023 – staženo 18. 2. 2026
4) Culture.pl – A Modern Take on Polish Food Fights for its Place in the Spotlight (Polish cuisine rediscovered) – https://culture.pl/en/article/polish-cuisine-rediscovered – 11. 5. 2020 – staženo 18. 2. 2026
5) Germany Travel (German National Tourist Board) – Federal states – https://www.germany.travel/en/inspiring-germany/federal-states.html – publikováno: neuvedeno – staženo: 19. 2. 2026
6) Go2Warsaw: Warsaw – A Paradise for Vegetarians and Vegans – https://go2warsaw.pl/en/warsaw-a-paradise-for-vegetarians-and-vegans/ – 2024 – staženo 18. 2. 2026
7) HappyCow: Best Vegan Restaurants Warsaw – https://www.happycow.net/best-vegan-restaurants/warsaw-poland – 2024 – staženo 18. 2. 2026
8) Hungary Unlocked: Budapest Authentic Street Food – https://hungaryunlocked.com/budapest-authentic-street-food-affordable-local-eats/ – 2025 – staženo 18. 2. 2026
9) Meetings Poland Travel: Gdańsk European Capital of Gastronomic Culture – https://meetings.poland.travel/gdansk-honored-as-the-european-capital-of-gastronomic-culture/ – 2025 – staženo 18. 2. 2026
10) National Geographic – The eight best cities for vegans – https://www.nationalgeographic.com/travel/article/eight-best-cities-for-vegans – aktualizováno: 27. 4. 2023 – staženo 18. 2. 2026
11) Österreichische UNESCO-Kommission: Viennese Coffee House Culture – https://www.unesco.at/en/culture/intangible-cultural-heritage/national-inventory/news-1/article/viennese-coffee-house-culture – 2011 – staženo 18. 2. 2026
12) Visit Berlin: Current Food Trends in Berlin – https://about.visitberlin.de/en/press/press-releases/current-food-trends-berlin – 2025 – staženo 18. 2. 2026
13) Wine Tourism: Hungary Wine Regions Guide – https://www.winetourism.com/wine-country/hungary/ – 2026 – staženo 18. 2. 2026

Srovnání sektorů pohostinství mezi konkurenčními trhy

Z konkurenčních trhů mělo v roce 2023 největší obrat v pohostinství a stravování na počet obyvatel Rakousko. Česká republikase v této statistice umístila uprostřed mezi Německem a Maďarskem. Nejmenší obrat v sektoru mělo na počet obyvatel Polsko.

- Vyšší hodnota neznamená automaticky vyšší ziskovost podniků, ale spíše větší velikost a intenzitu trhu na obyvatele (kombinaci cenové hladiny, kupní síly a struktury spotřeby, míry turismu a také role gastronomie v ekonomice).



Poznámka: data k roku 2023 jsou k únoru 2026 poslední kompletní (neprovizorní) (stav k 02/26)
Poznámka: data nejsou přepočtena paritou kupní síly

Zdroje:

1) Eurostat – Enterprises by detailed NACE Rev. 2 activity and special aggregates (sbs_ow_act) – https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/sbs_ow_act/default/table?lang=en – publikováno: průběžně aktualizováno (poslední aktualizace dat: 8. 12. 2025) – staženo: 17. 2. 2026
2) Eurostat – Population on 1 January (tps00001) – https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tps00001/default/table?lang=en – publikováno: 14. 10. 2025 – staženo: 18. 2. 2026

Srovnání Michelinských ocenění k 02/2025

Michelinská ocenění nemají dopad pouze na úzkou sekci oceněných podniků, ale fungují i jako globální důvěryhodný signál kvality. Jde o marketingový a produktový rámec, který zvedá viditelnost celé destinace, a to včetně podniků mimo fine dining.

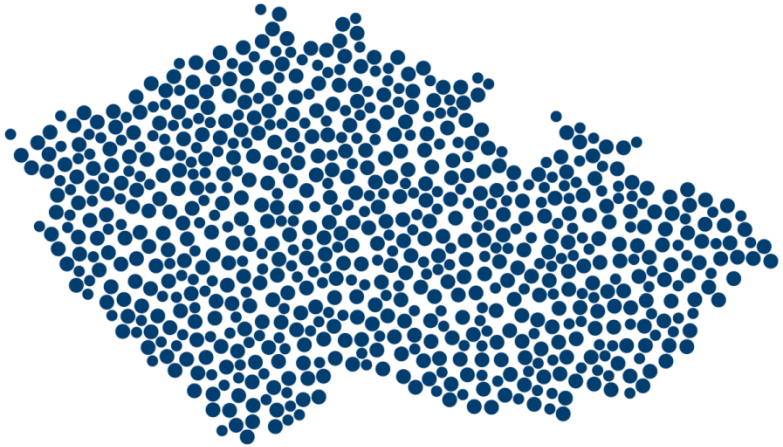
- Michelinské hvězdy hodnotí kvalitu restaurací (1 hvězda = vysoce kvalitní kuchyně, 2 hvězdy = vynikající kuchyně, 3 hvězdy = výjimečná kuchyně). Ocenění Bib Gourmand je uděleno za výjimečný poměr kvality kuchyně a ceny.
- Německo má v regionu zdaleka nejvíce michelinských hvězd a zároveň hustou síť podniků oceněných Bib Gourmand. Rakousko však vyčnívá nejvyšší koncentrací hvězd – v přepočtu na počet obyvatel se v Rakousku nachází více než dvakrát tolik restaurací s Michelinskou hvězdou než v Německu.
- Česko po rozšíření Michelin průvodce na celou zemi v prosinci 2025 výrazně posílilo v množství udělených hvězd i v ocenění Bib Gourmand, takže Michelin už neukazuje jen na několik výjimek, ale na širší obraz kvality napříč gastronomickou scénou.
- Nižší množství udělených hvězd v Polsku souvisí především s tím, že Michelin hodnotí podniky jen v několika velkých polských městech (jako tomu bylo donedávna v ČR).
- Maďarsko je v michelinských hvězdách i Bib Gourmand zhruba srovnatelné s Českem, a to i po přepočtu na obyvatele především díky stabilně budované fine dining scéně, která se postupně stále více opírá i o podniky mimo metropoli.

	CZ	DE	AT	HU	PL
1 hvězda	8	275	59	8	6
2 hvězdy	1	46	18	2	1
3 hvězdy	0	12	2	0	0
MICHELIN BIB GOURMAND	18	152	39	13	21

Poznámka: Tabulka je aktuální pro únor 2026.

Zdroje:

1) Eurostat – Population on 1 January (tps00001) – https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tps00001/default/table?lang=en – publikováno: 14. 10. 2025 – staženo: 18. 2. 2026
2) MICHELIN Guide – MICHELIN Restaurants – https://guide.michelin.com/en/restaurants – publikováno: neuvedeno – staženo: 19. 2. 2026
3) MICHELIN Guide – The MICHELIN Guide Czechia 2025 Is Out! – https://guide.michelin.com/cz/en/article/michelin-guide-ceremony/the-michelin-guide-czechia-2025-is-out – publikováno: 11. 12. 2025 – staženo: 19. 2. 2026
4) MICHELIN Guide – The MICHELIN Guide Hungary 2025 Is Out! – https://guide.michelin.com/en/article/michelin-guide-ceremony/the-michelin-guide-hungary-2025-is-out – publikováno: 9. 10. 2025 – staženo: 20. 2. 2026



Děkujeme za pozornost!