

# ANALÝZA: INOVATIVNÍ POTRAVINY A NÁKUPNÍ CHOVÁNÍ SPOTŘEBITELŮ

Analýza byla zpracována za finanční podpory Rady kvality ČR

Říjen 2021

1

Úvod

2

Metodika

3

Výsledky analýzy

4

Závěr

# ÚVOD DO PROBLEMATIKY

## STRAVOVÁNÍ NAŠÍ POPULACE

- Většina z nás si chce užít dobré jídlo. To, co jíme a jakým způsobem, však není pouze potěšení, ale také trochu věda.
- V současné době máme přístup k široké nabídce potravin, o které si ještě naši prarodiče mohli nechat jen zdát.
- Ačkoli je na pultech k dostání nepřehledný sortiment potravin, při rozhodování o jejich nákupu je na prvním místě cena, a nikoli kvalita.
- Hektický a moderní životní styl však přináší i nová rizika, jako je obezita – nejrozšířenější civilizační choroba –, což se v posledních letech stává zásadním problémem i v České republice.

## DOPADY NEZDRAVÉHO ŽIVOTNÍHO STYLU

- Obezita podle dat Českého statistického úřadu (ČSÚ) ohrožuje 18,5 % české populace, z toho téměř 20 % mužů a 18 % žen.
- Podle statistik v roce 2019 trpělo obezitou nebo nadváhou více než 70 % Čechů. Ještě v roce 2015 to přitom bylo 60 %.
- Obezita iniciuje přibližně tři desítky chorob, jako jsou kardiovaskulární choroby s mrtvičkami a infarkty, diabetes druhého typu, některá nádorová onemocnění, kloubní obtíže, poruchy spánku nebo deprese.

## DOPADY NEZDRAVÉHO ŽIVOTNÍHO STYLU

- Náklady související s léčbou obezity podle České lékařské společnosti tvoří až 10 % celkových výdajů na zdravotnictví, což představuje přibližně 30 miliard korun ročně.
- Až 27 % všech úmrtí v ČR lze přičíst rizikovým stravovacím návykům. Pro srovnání je průměr v EU pouze 18 %.
- Příčinou obezity není pouze nevyvážená strava, ale i nedostatek pohybu a celkově nezdravý životní styl.
- Podle Světové zdravotnické organizace (WHO) vůbec nesportuje každý pátý Čech a ani polovina naší populace nedosáhne na doporučenou týdenní dávku pohybu. ČSÚ uvádí, že 40 % dospělých Čechů se nevěnuje žádné sportovní ani rekreační pohybové aktivitě.
- Kvůli probíhající pandemii onemocnění covid-19 si sice mnoho lidí začalo více uvědomovat přínosy zdravého životního stylu a změny stravování, ale jejich motivace je zatím nízká.
- Zkušenosti ukazují, že pouze osvěta současný trend nezmění.

## JAKÉ SE NABÍZÍ ŘEŠENÍ

- Neméně důležité jsou i aktivní kroky výrobců potravin, kteří se postupně začínají zavazovat například ke snižování obsahu soli, cukru nebo používání pesticidů pod úroveň stanovenou zákonem.
- Cesty, jak mohou výrobci uskutečnit tyto změny, jsou dvě. Buď mohou jít formou reformulace, kdy dojde k vylepšení struktury stávajícího výrobku, nebo se vydat cestou inovace a uvést na trh zcela nový výrobek s jiným složením.
- Především reformulace jsou však pro výrobce finančně i časově náročné. Změna receptury často obnáší množství technologických obtíží a nutnost investic do nového výrobního zařízení.
- K tomu, abychom byli schopni zlepšit nákupní a stravovací návyky spotřebitelů, musíme znát názory a postoje veřejnosti, aktuální povědomí o této oblasti a také to, co potřebují k odpovědnému rozhodování o formě své výživy.

# METODIKA

## ÚČEL PRŮZKUMU

- Cílem této analýzy je zjistit, zda vůbec zákazníci rozumí pojmu inovativní potravina.
- Jestli vnímají rozdíl mezi tradičními a inovativními potravinami a jsou schopni docenit jejich přínos.
- A dále pak, co všechno ovlivňuje rozhodování o nákupu potravin.
- V rámci průzkumu je rovněž zjišťováno, jakým způsobem je zákazník ovlivněn a co rozhoduje o výběru výrobků při nákupu inovativních potravin, tedy takových, které jsou nové, inovované a reformulované v důsledku osvětové a marketingové činnosti.
- Zajímá nás role osvěty a marketingu v rozhodování o nákupech včetně toho, jak může maloobchod přispět ke zvýšení odbytu kvalitních inovativních potravin.
- Výsledek analýzy nastíní budoucí chování spotřebitelů a bude podkladem pro další diskuzi napříč sektory na téma reformulace a rozšiřování nabídky inovativních potravin.



## SPECIFIKACE

- Analýza také zahrnuje interpretaci dat z reprezentativního průzkumu, který zadal Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR (SOCR ČR) ve spolupráci s Ministerstvem průmyslu a obchodu a který provedla výzkumná agentura Ipsos.
- Výchozí otázky, na které byly v průzkumu hledány odpovědi, zněly:
  - Mají Češi zájem o potraviny s příznivějším dopadem na zdraví?
  - Znají inovativní potraviny?
  - Jaké typy inovativních potravin jsou nejvíce žádané?
- Spotřebitelé byli v průzkumu dotazováni, zda mají povědomí o inovativních potravinách a zda je nakupují.
- Průzkum se uskutečnil formou dvacetiminutového on-line strukturovaného rozhovoru ve dnech 10.–16. 9. 2021 ve všech 14 krajích České republiky.
- Zúčastnilo se ho 512 respondentů ve věku 18–75 let, kteří tvořili reprezentativní vzorek na základě věku, pohlaví a regionu, kde žijí.

## CASI/CAWI



Computer Assisted Self-Interviews  
On-line strukturované rozhovory

## Velikost vzorku



512 respondentů

## Cílová skupina



18–75 let  
Reprezentativní vzorek obyvatel ČR  
dle pohlaví, věku, regionu a vzdělání

## Země



Česká republika  
14 krajů

## Dotazník



Délka dotazníku  
20 minut

## Zkoumaná témata

- Povědomí o inovativních potravinách, zájem o nákup potravin příznivějších pro zdraví
- Zkušenosti s konkrétními typy inovativních potravin

## Výstupy



Finální report v PPT

## Sběr dat



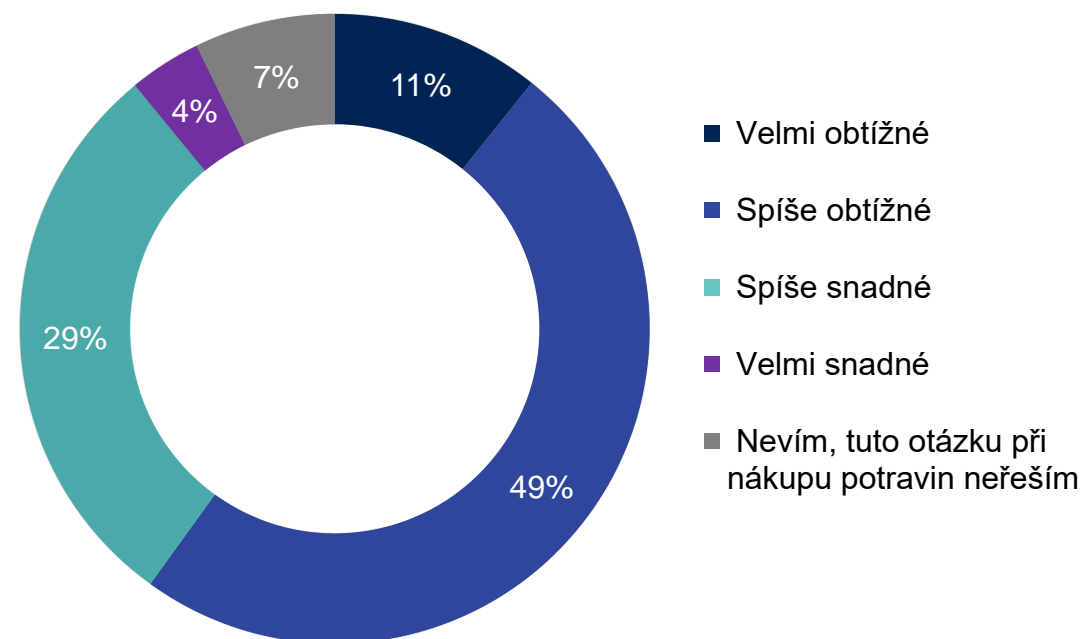
Sběr dat realizovaný v období  
10.–16. 9. 2021

# VÝSLEDKY ANALÝZY

# KVALITA POTRAVIN

- Šest z deseti Čechů považuje za obtížné podle obalu stanovit, zda je potravinu kvalitní.
- Určení kvality potravin podle obalu je snadné pro velmi malé množství populace.

Je obtížné nebo snadné dozvědět se z obalů, zda jsou potraviny kvalitní?

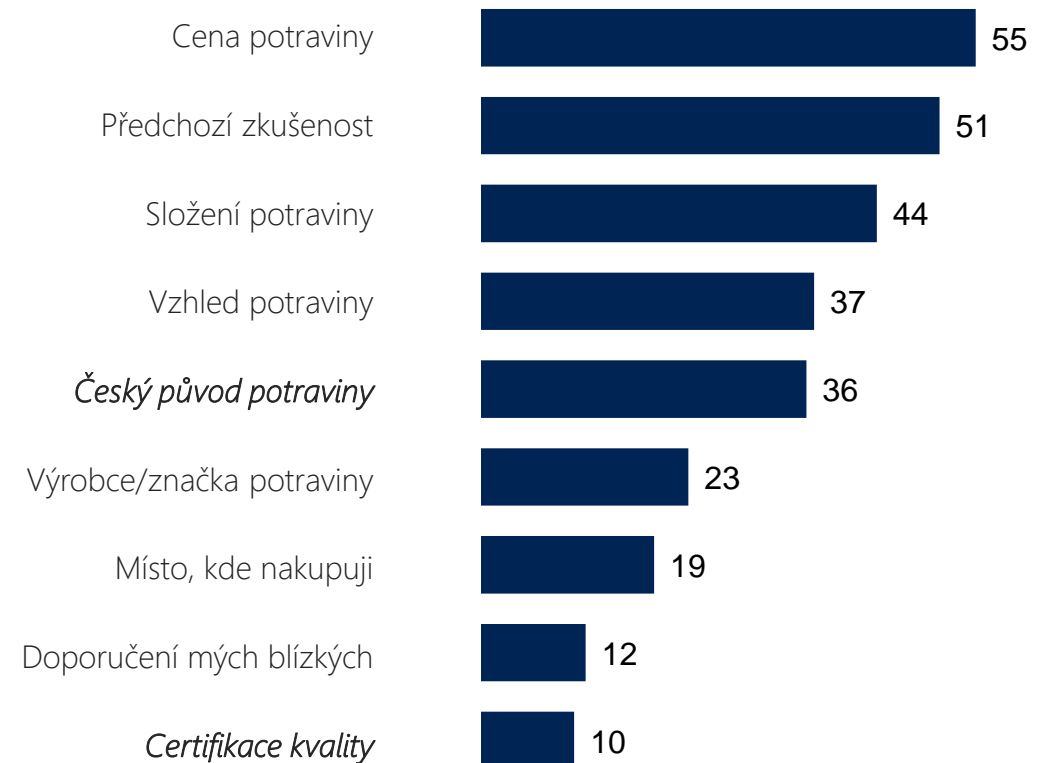


- Otázka: Do jaké míry je pro Vás obtížné či snadné dozvědět se z obalů potravin, zda jsou kvalitní?
- Báze: Všichni respondenti N=512

# KVALITA POTRAVIN

- Jako indikátor kvality respondenti nejčastěji uvádějí cenu a předchozí zkušenost s potravinou.
- Český původ mezi TOP 3 ukazatele zařadila třetina Čechů, certifikaci pouze desetina.

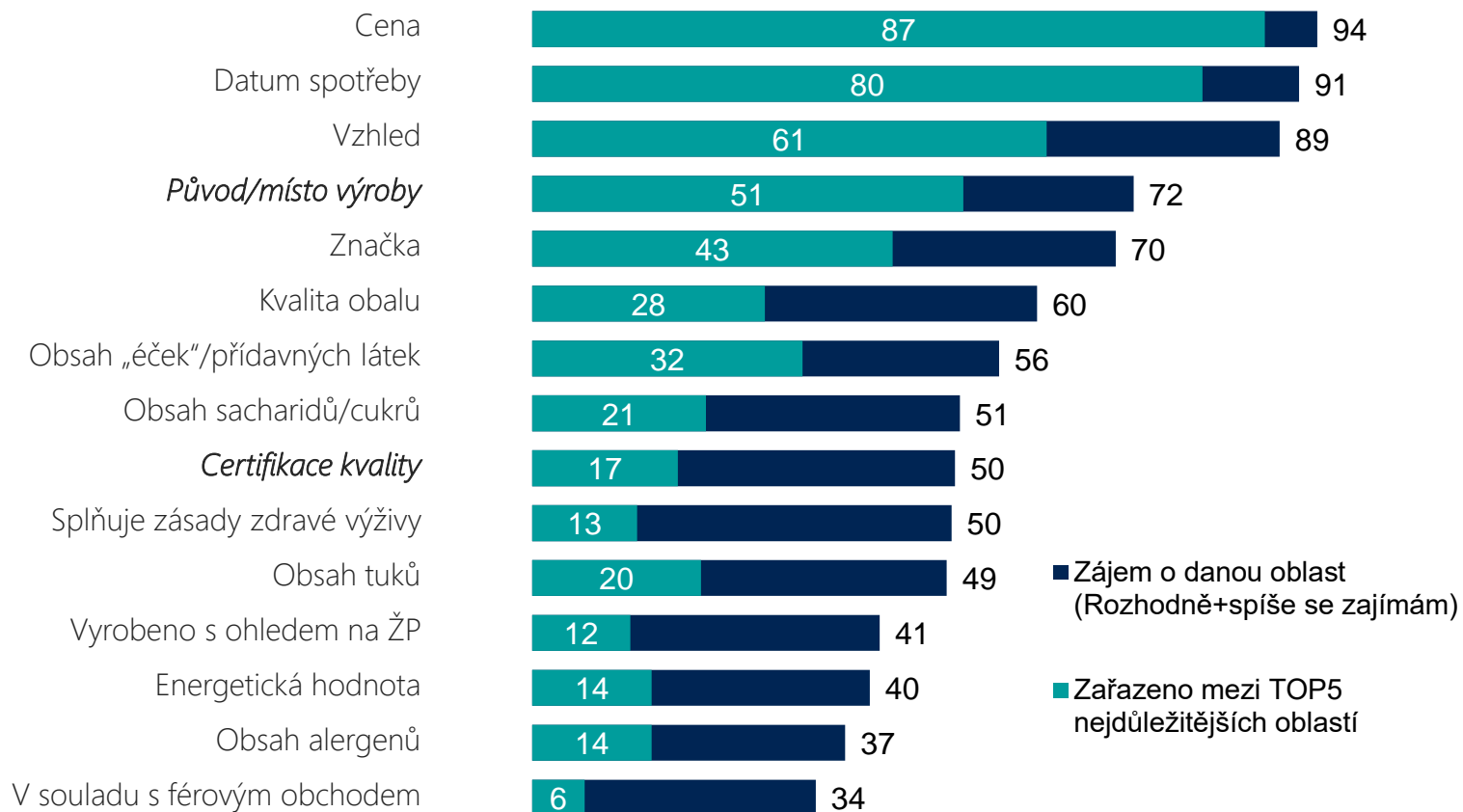
Jaké ukazatele jsou nejdůležitější při hodnocení kvality?  
(Označeny 3 nejdůležitější ukazatele)



- Otázka: Jaké ukazatele jsou pro Vás nejdůležitější při hodnocení kvality potravin, které nakupujete?  
Prosím, vyberte maximálně 3.
- Báze: Všichni respondenti N=512

# FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ NÁKUPNÍ CHOVÁNÍ

Jaké faktory ovlivňují nákupní chování?



- Otázka: A. Když se nyní obecně zamyslíte nad Vaším nákupem potravin, v jaké míře se při jejich výběru zajímáte o níže uvedené informace? (T2Box = Rozhodně + spíše se zajímám)  
B. Vyberte z níže uvedených položek 5 nejdůležitějších, které finálně nejvíce ovlivňují Váš nákup potravin.
- Báze: Všichni respondenti N=512

# FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ NÁKUPNÍ CHOVÁNÍ

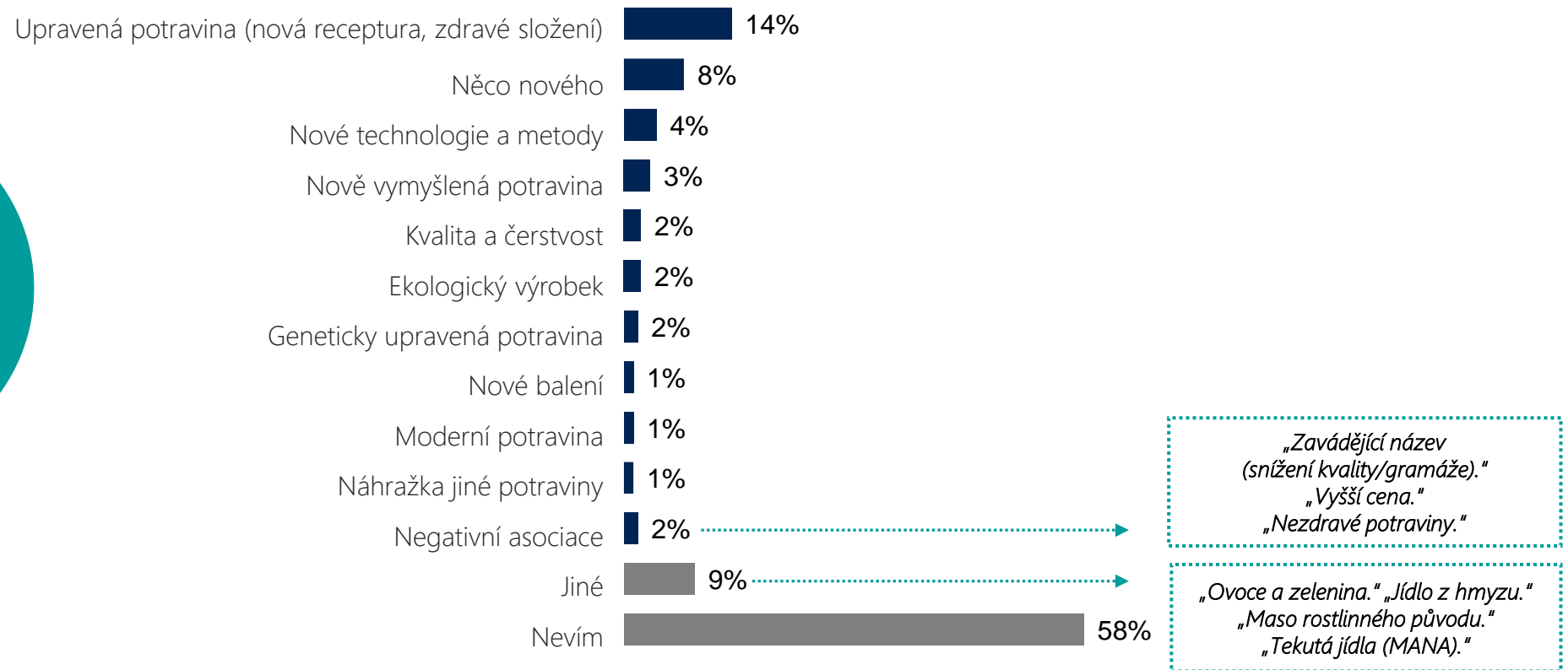
- Při výběru potravin se Češi nejčastěji zajímají o cenu, datum spotřeby a vzhled.
- Tyto oblasti jsou také nejčastěji řazeny mezi nejdůležitějších pět faktorů.
- Místo původu zajímá téměř tři čtvrtiny české populace, mezi důležité faktory řadí původ polovina Čechů.
- O certifikaci se zajímá polovina kupujících, mezi nejdůležitější faktory však v takové míře řazena není.

Označení Český výrobek a Česká potravina nemusí česká populace považovat za certifikace, ale za označení původu výrobku/místa výroby.

# POVĚDOMÍ O INOVATIVNÍCH POTRAVINÁCH

Co si Češi pod pojmem INOVATIVNÍ POTRAVINA představí?

88 %  
Čechů nikdy  
neslyšelo  
o inovativních  
potravinách



- Otázka: A. Slyšel/a jste někdy o inovativních potravinách?  
B. Co si pod pojmem inovativní potravina představíte? Pokuste se být co nejkonkrétnější.
- Báze: Všichni respondenti N=512

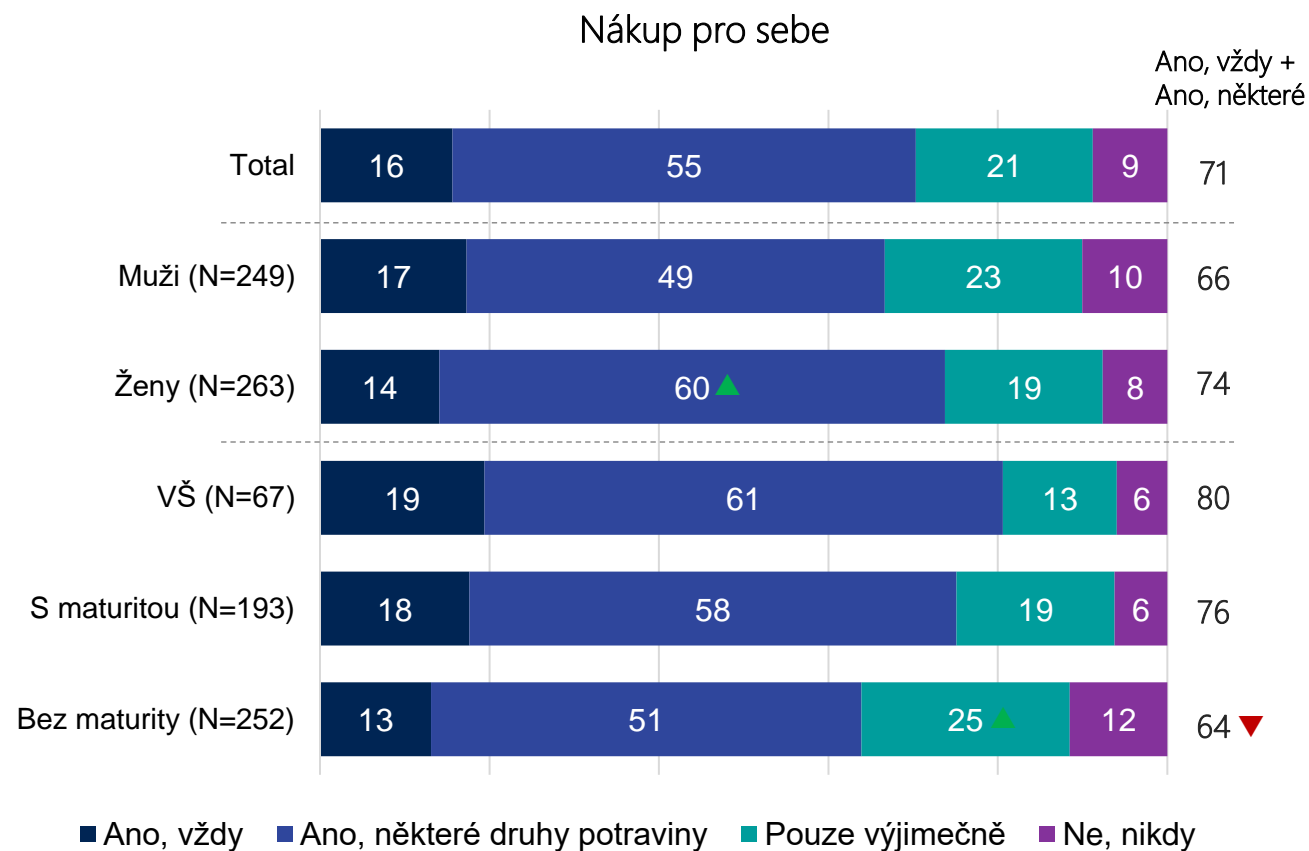


# POVĚDOMÍ O INOVATIVNÍCH POTRAVINÁCH

- Naprostá většina Čechů o inovativních potravinách dosud neslyšela.
- Jejich představa o tomto pojmu je velmi mlhavá, nejčastěji je spojená s úpravou složení potraviny či obecně s něčím novým.

Častěji o inovativních potravinách slyšeli lidé, kteří se snaží vybírat zdravější potraviny nebo se zajímají o certifikaci kvality.

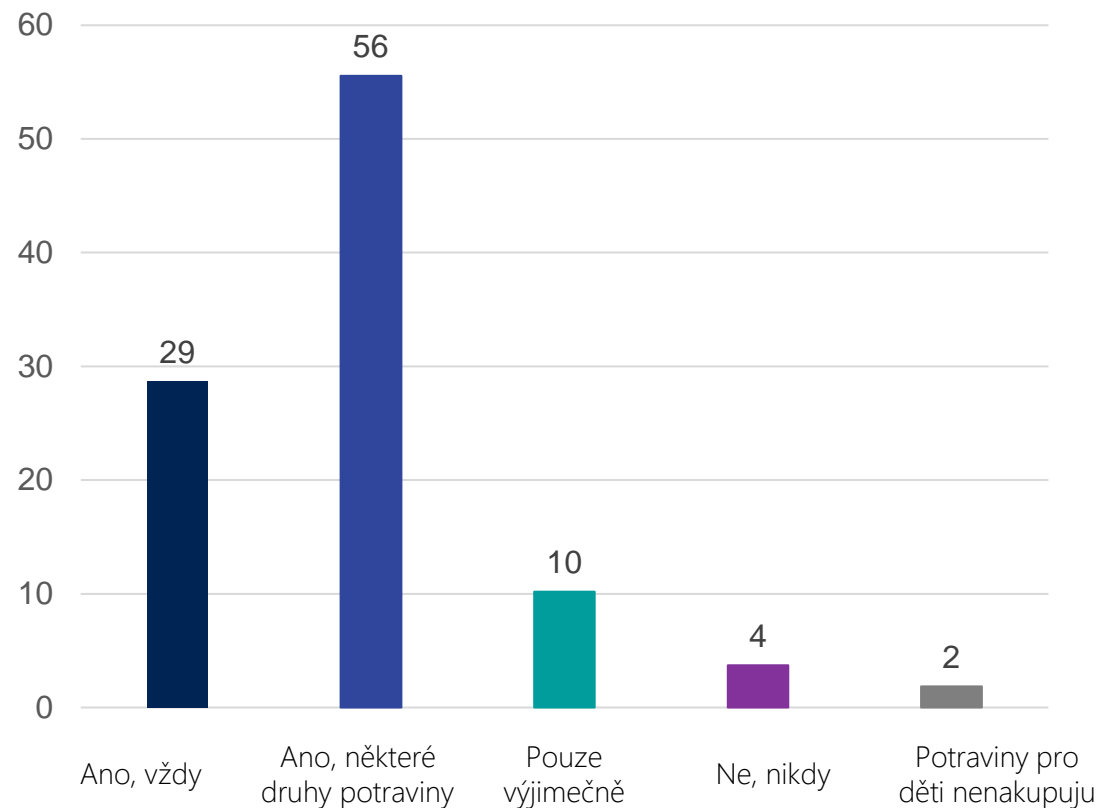
# NÁKUP ZDRAVÝCH POTRAVIN



- Otázka: Když nakupujete potraviny pro sebe, snažíte se vybírat takové, které jsou příznivější pro zdraví (např. se sníženým obsahem soli nebo cukru, s dodanými vitamíny atp.)?
- Báze: Všichni respondenti N=512
- Interpretace: ▲▼ Signifikantně vyšší/nížší než v ostatních podskupinách

# NÁKUP ZDRAVÝCH POTRAVIN

Nákup pro děti



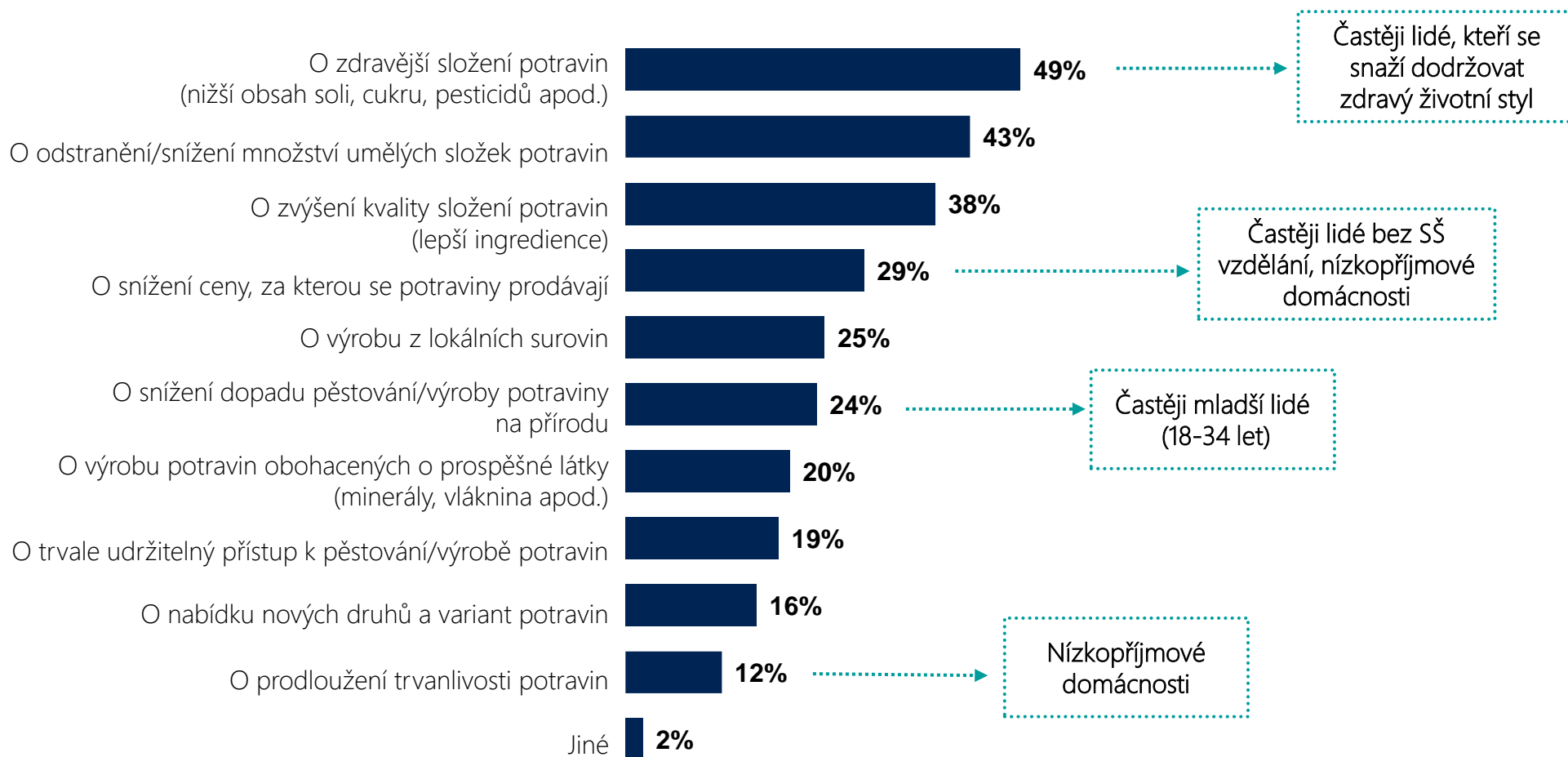
○ Otázka: Když nakupujete potraviny pro své děti, snažíte se vybírat takové, které jsou příznivější pro zdraví (např. se sníženým obsahem soli nebo cukru, s dodanými vitamíny atp.)?

○ Báze: Ti, kteří mají děti N=173

# NÁKUP ZDRAVÝCH POTRAVIN

- Více než 70 % Čechů, zejména pak ženy, se alespoň v některých kategoriích potravin snaží vybírat výrobky, které mají zdravotně příznivější složení.
- Při nákupu potravin pro děti je tato snaha ještě výraznější.

# O CO BY MĚLI USILOVAT VÝROBCI A PRODEJCI PŘI INOVACI POTRAVIN



- Otázka: O co by se podle Vás měli výrobci a prodejci snažit při inovaci potravin? Vyberte, prosím, maximálně 3 oblasti. Měli by se, podle Vašeho názoru, výrobci a prodejci potravin snažit nabízet zákazníkům potraviny inovované tak, aby byly prospěšnější pro jejich zdraví?
- Báze: Všichni respondenti N=512

# O CO BY MĚLI USILOVAT VÝROBCI A PRODEJCI PŘI INOVACI POTRAVIN

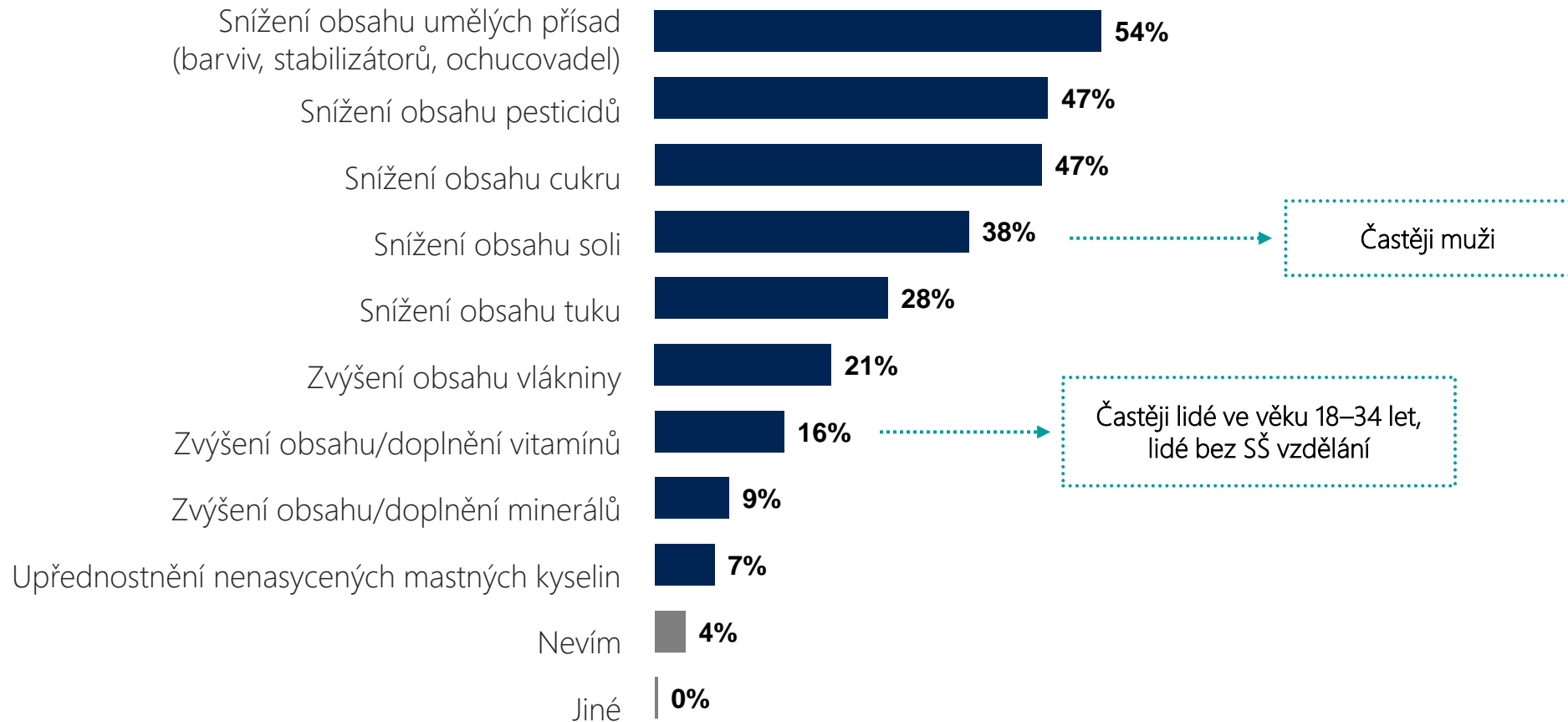
- V rámci inovací potravin by zákazníci nejvíce uvítali snahu o zdravější složení, eliminaci umělých složek a zvýšení kvality.
- Zájem o nabídku potravin se zdravotně příznivějším složením je mezi Čechy vysoký.



87 %

*87 % Čechů soudí, že by výrobci a prodejci měli nabízet potraviny inovované tak, aby byly prospěšnější pro zdraví.*

# JAKÉ ZMĚNY VE SLOŽENÍ POTRAVIN JSOU NEJPŘÍNOSNĚJŠÍ PRO ZDRAVÍ



○ Otázka: Které změny ve složení potravin jsou podle Vás pro zdraví spotřebitelů nejpřínosnější? Vyberte, prosím, max. 3.

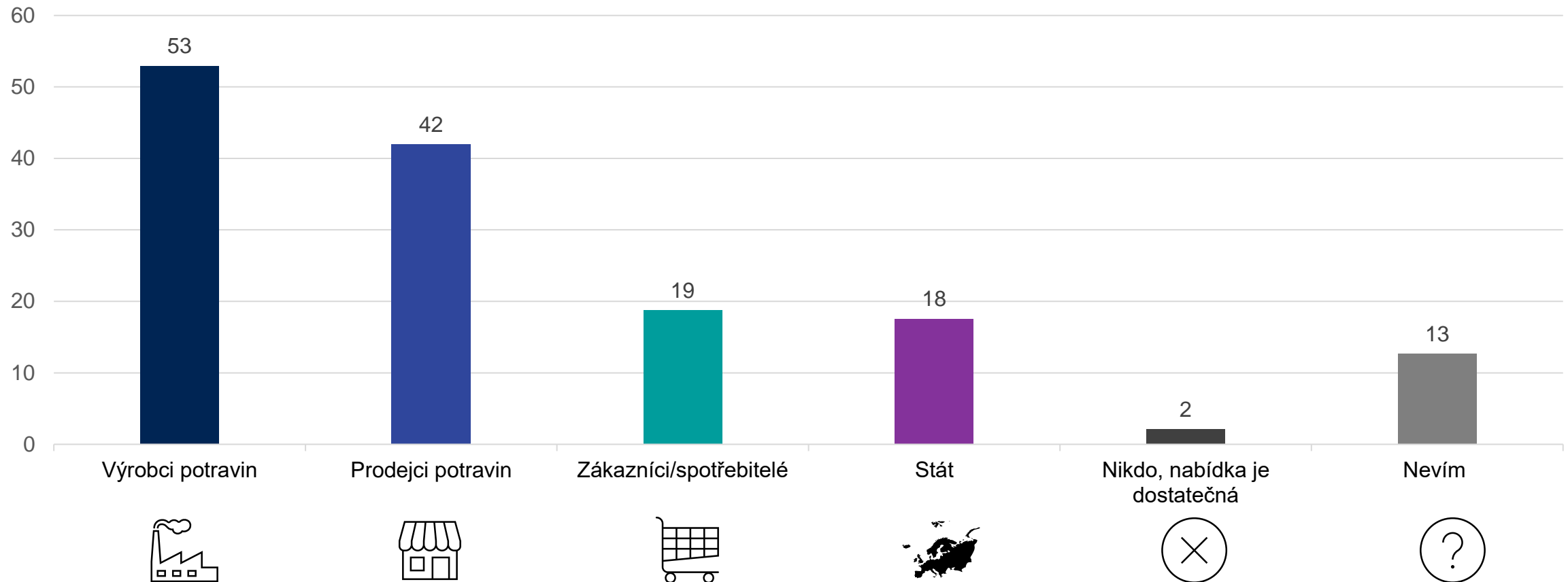
○ Báze: Všichni respondenti N=512

# JAKÉ ZMĚNY VE SLOŽENÍ POTRAVIN JSOU NEJPŘÍNOSNĚJŠÍ PRO ZDRAVÍ

- Ke zlepšení zdravotního dopadu potravin na konzumenty by podle Čechů nejvíce přispělo omezení používání umělých přísad a snížení obsahu pesticidů.
- Potraviny by také měly celkově obsahovat méně cukru či soli.



# KDO BY MĚL USILOVAT O ROZŠÍŘENÍ NABÍDKY INOVATIVNÍCH POTRAVIN

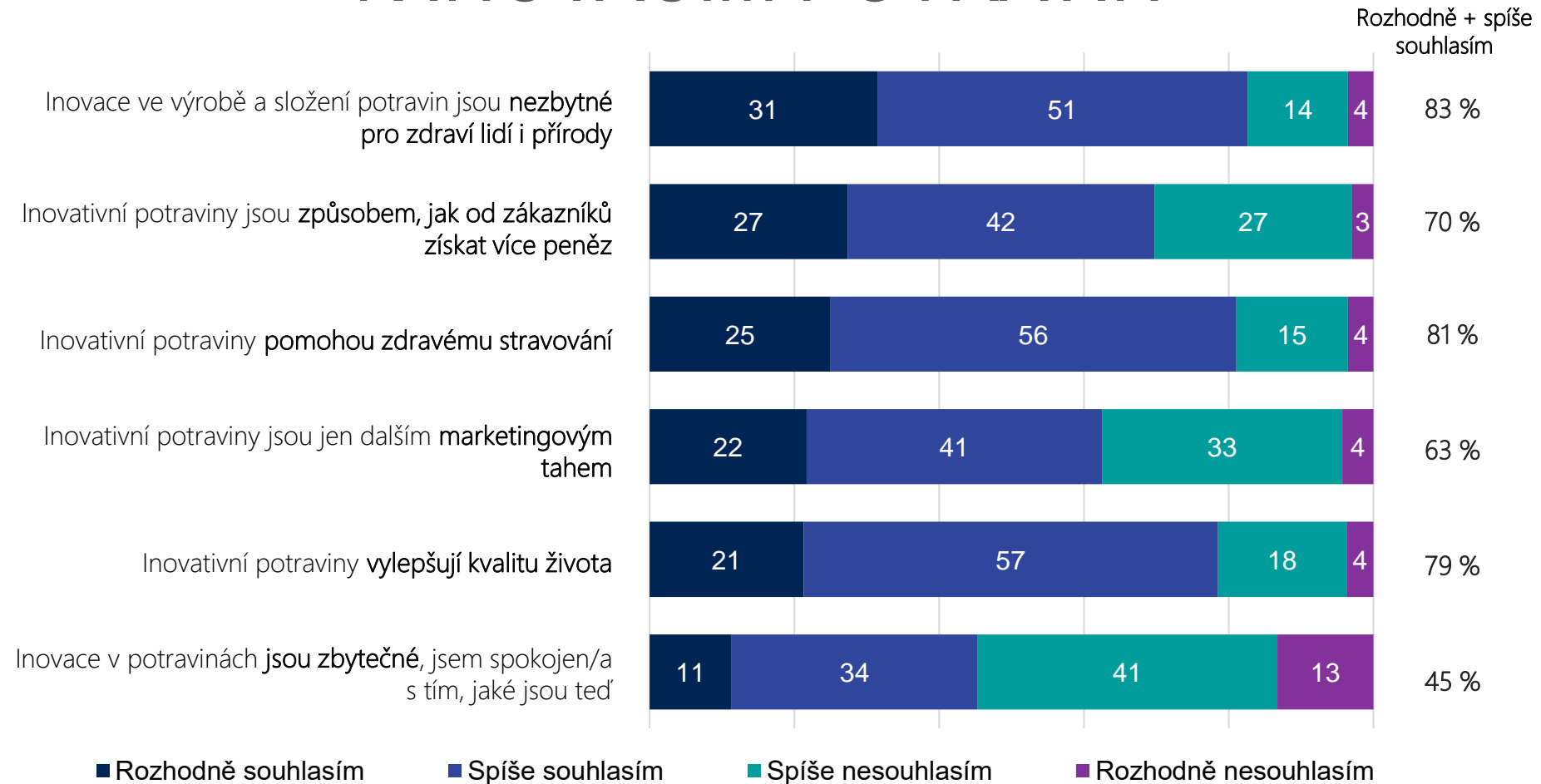


○ Otázka: Kdo by měl podle Vás usilovat o rozšíření nabídky inovativních potravin?  
○ Báze: Všichni respondenti N=512

# KDO BY MĚL USILOVAT O ROZŠÍŘENÍ NABÍDKY INOVATIVNÍCH POTRAVIN

- Snaha o rozšíření nabídky inovativních potravin by se podle spotřebitelů měla týkat zejména producentů či prodejců.
- Aktivní roli státu očekává necelá pětina obyvatel.

# CERTIFIKACE INOVATIVNÍCH POTRAVIN A POSTOJ K INOVACÍM POTRAVIN



- Otázka: Měla by podle Vás mít inovativní potravina svoji certifikaci (např. jednotné logo)?  
Do jaké míry se ztotožňujete s níže uvedenými výroky?
- Báze: Všichni respondenti N=512

# CERTIFIKACE INOVATIVNÍCH POTRAVIN A POSTOJ K INOVACÍM POTRAVIN

- Přestože většina spotřebitelů vnímá pozitivní dopad inovací potravin na své zdraví a zachování přírodních zdrojů, jsou často zároveň skeptičtí k upřímnosti motivace prodejců.
- Jednotné logo by mohlo pomoci, muselo by však získat dostatečnou důvěryhodnost.

74 %

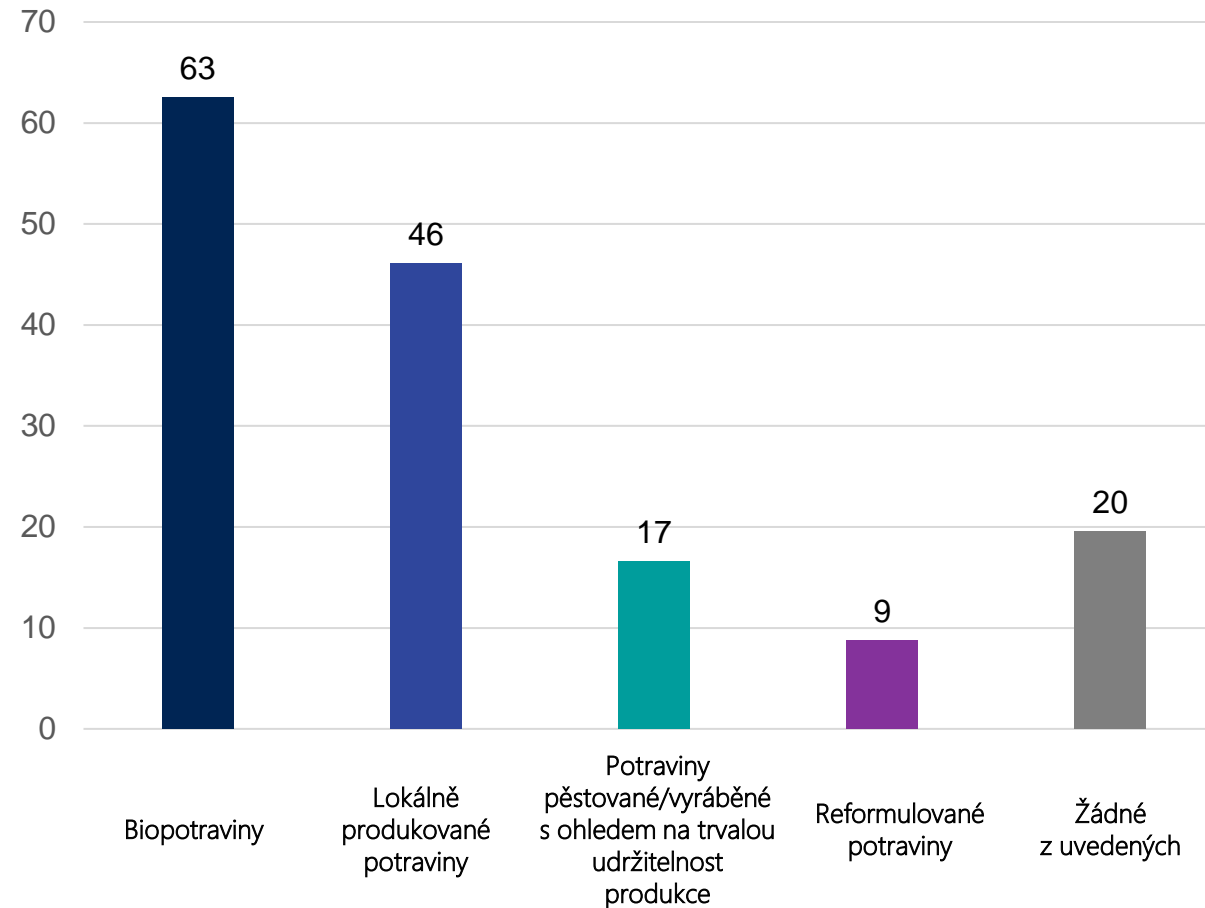
Čechů by uvítalo  
jednotné logo  
pro inovativní  
potravinu.

*Spíše lidé, kteří se zajímají  
o ekologii nebo se snaží  
nakupovat zdravější potraviny.*

K inovativním potravinám jsou skeptičtější  
muži a starší lidé.

# NÁKUPY INOVATIVNÍCH POTRAVIN

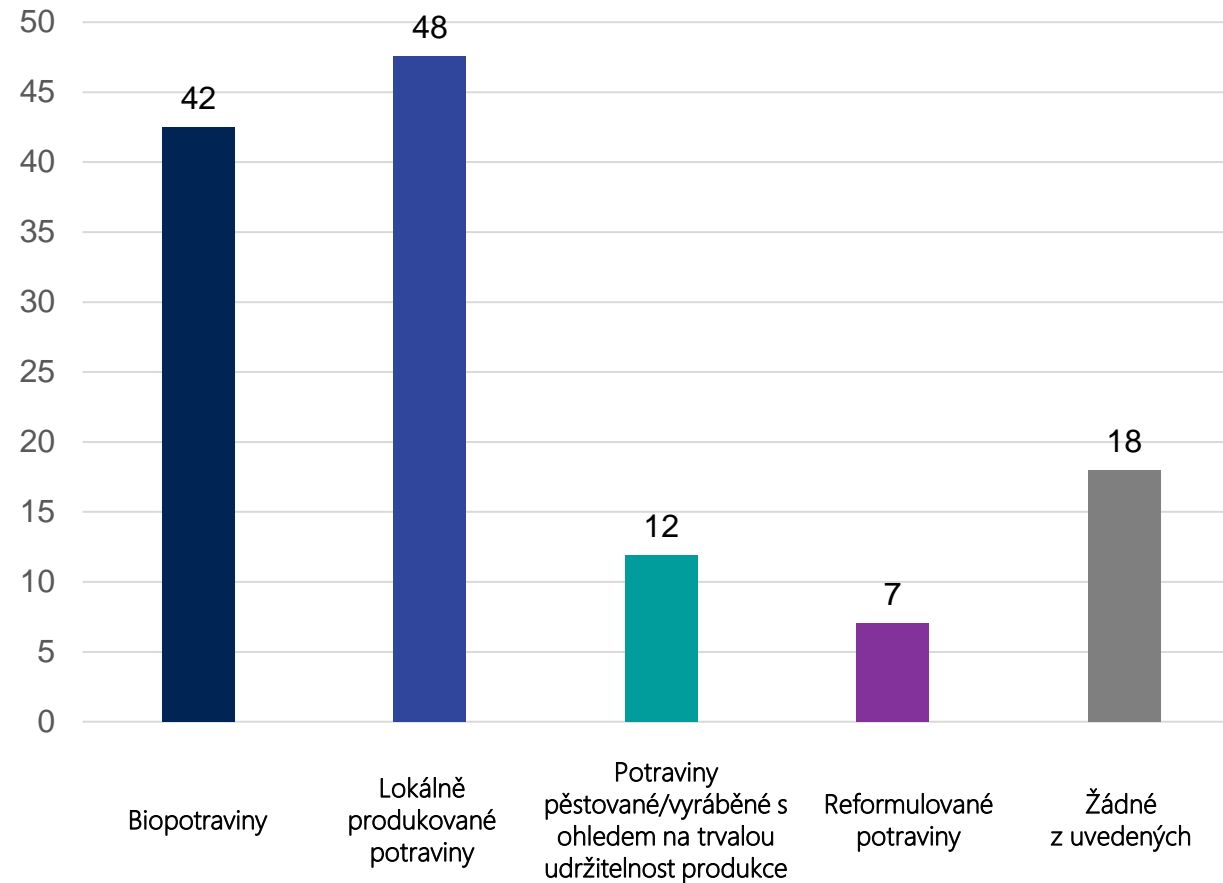
S jakými typy inovovaných potravin se Češi už setkali?



- Otázka: Označte, prosím, se kterými typy inovovaných potravin jste se už v prodejnách potravin setkal/a.
- Báze: Všichni respondenti N=512

# NÁKUPY INOVATIVNÍCH POTRAVIN

Které typy alespoň někdy nakupují?



○ Otázka: A které z nich alespoň čas od času kupujete?

○ Báze: Ti, kteří se s některými typy inovovaných potravin už setkali N=412

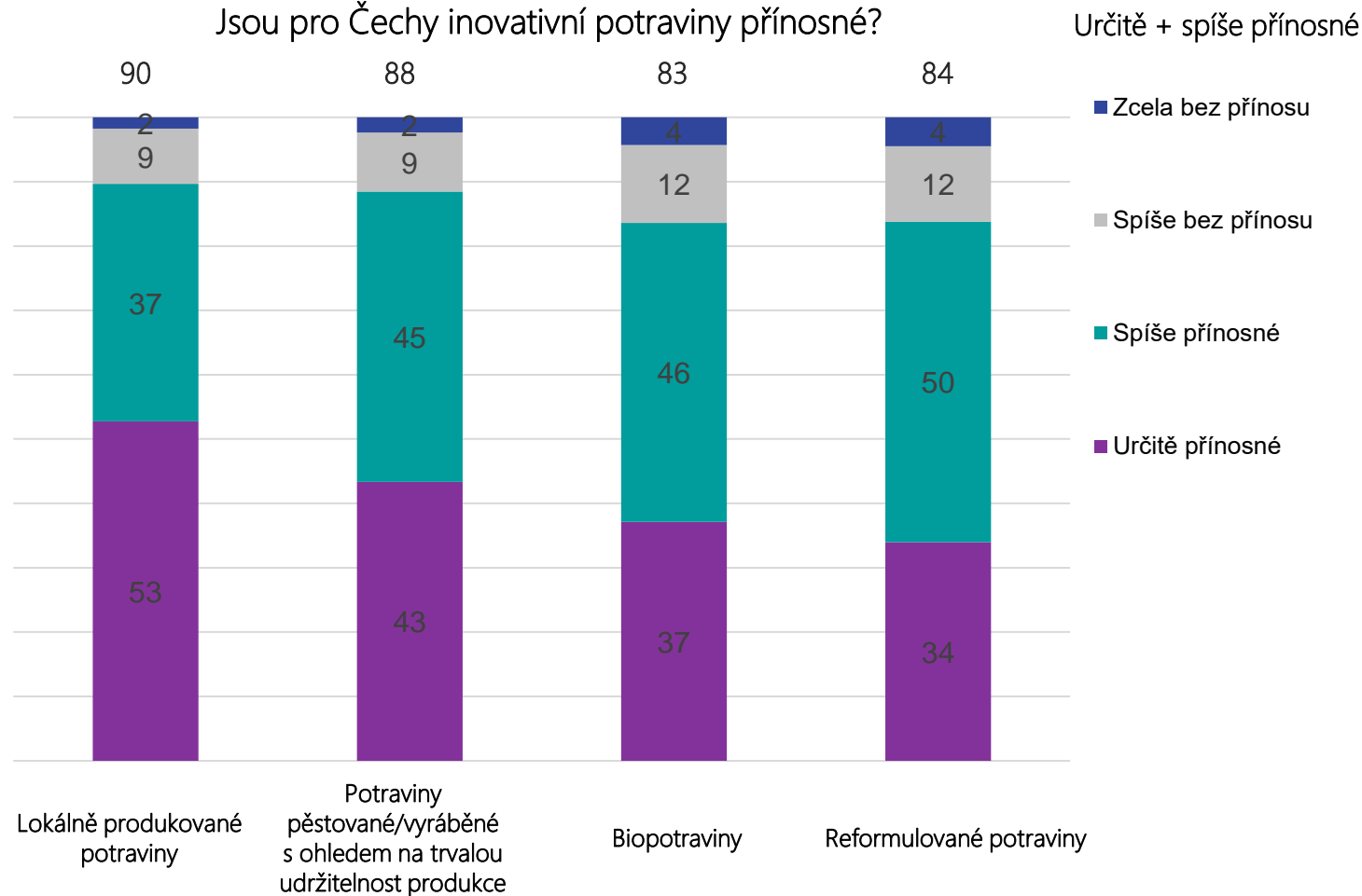
# NÁKUPY INOVATIVNÍCH POTRAVIN

- V prodejnách se čeští spotřebitelé nejčastěji setkali s biopotravunami či s lokálními výrobky, které také nejčastěji nakupují.
- Zkušenost s trvale udržitelnými či reformulovanými potravinami je zatím výrazně nižší.

S biopotravunami se častěji setkaly ženy,  
častěji je také kupují.

# JAKÉ TYPY INOVACÍ BY ČEŠI UVÍTALI A ZAPLATILI ZA NĚ

Jsou pro Čechy inovativní potraviny přínosné?



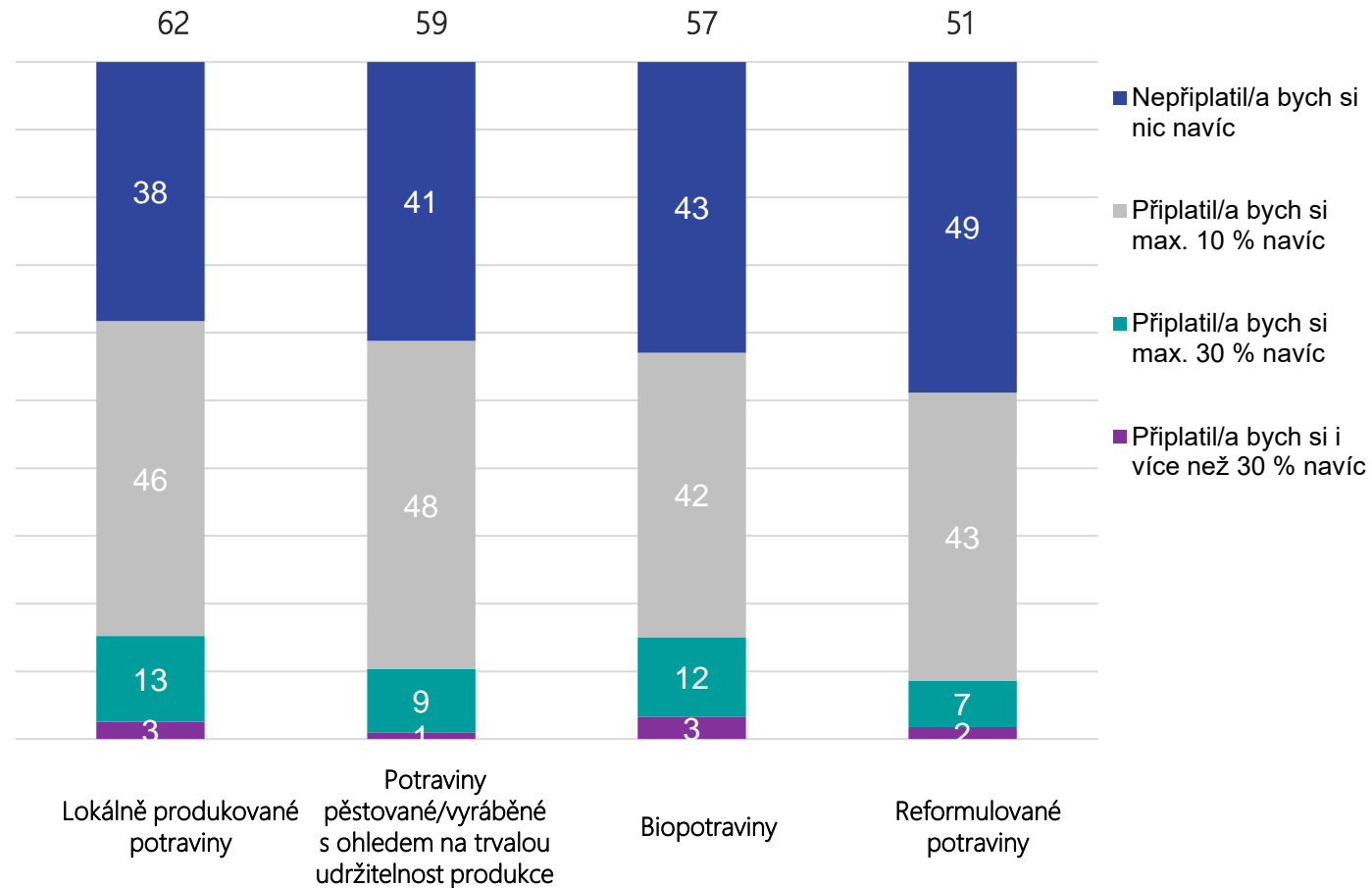
- Otázka: Inovace ve výrobě potravin může mít různé podoby. Prosím, přečtete si několik příkladů inovací a označte, nakolik jsou pro Vás jako zákazníka přínosné.
- Báze: Všichni respondenti N=512



# JAKÉ TYPY INOVACÍ BY ČEŠI UVÍTALI A ZAPLATILI ZA NĚ

Byli by si Češi ochotni za inovativní potraviny připlatit?

Připlatili by si



- Otázka: Byl/a byste si ochoten/ochotna za inovativní potraviny připlatit v porovnání s běžnou produkcí?
- Báze: Všichni respondenti N=512

# JAKÉ TYPY INOVACÍ BY ČEŠI UVÍTALI A ZAPLATILI ZA NĚ

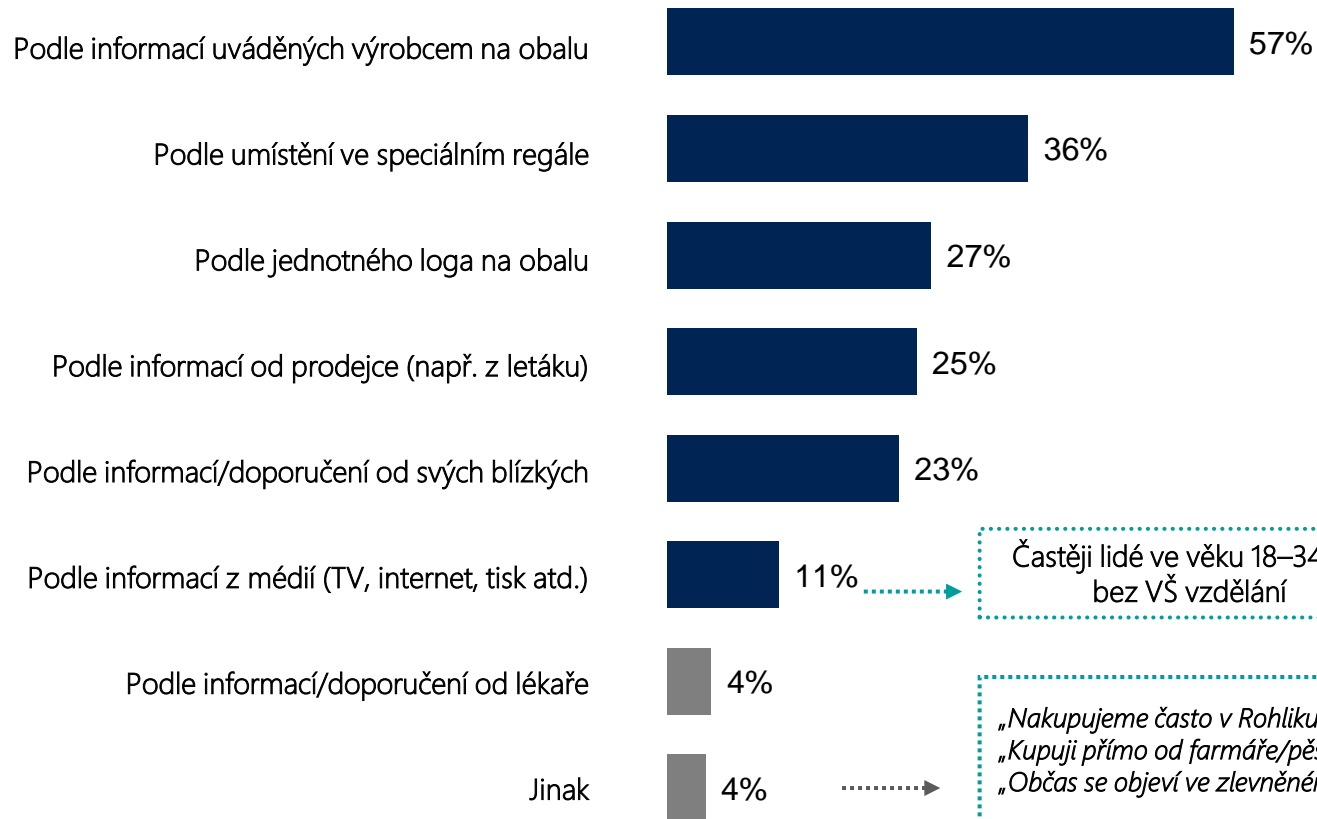
- Češi považují za přínosnou zejména lokální produkci potravin a udržitelnou výrobu.
- 6 z 10 spotřebitelů by si za takové potraviny bylo ochotno připlatit, typicky maximálně 10 % navíc.

Větší přínos v inovacích vidí ženy a jsou také ochotnější si za ně připlatit.

26 % Čechů by si však nepřiplatilo za žádné inovované potraviny.

# ROZPOZNÁNÍ INOVATIVNÍCH POTRAVIN V PRODEJNÁCH

Podle čeho při nákupu poznáte inovativní potraviny?



Častěji lidé ve věku 18–34 let,  
bez VŠ vzdělání

„Nakupujeme často v Rohlíku.cz a Košíku.cz, tam je vždy uvedeno složení potraviny, země původu.“  
„Kupuji přímo od farmáře/pěstitele.“  
„Občas se objeví ve zlevněném zboží.“ „Vlastní zkušenost.“ „Moc se neřídím.“

Máte dostatek informací k tomu, abyste inovativní potraviny v obchodě rozpoznali od běžné produkce?

**50 %**  
Čechů nemá  
k rozpoznání  
dostatečné  
informace.

- Otázka: A. Podle čeho se při nákupu inovativních potravin řídíte, jak je poznáte?  
B. Máte dostatek informací k tomu, abyste inovativní potraviny v prodejně poznal/a od běžné produkce?
- Báze: A. Ti, kteří nakupují inovativní potraviny N=338  
B. Všichni respondenti N=512

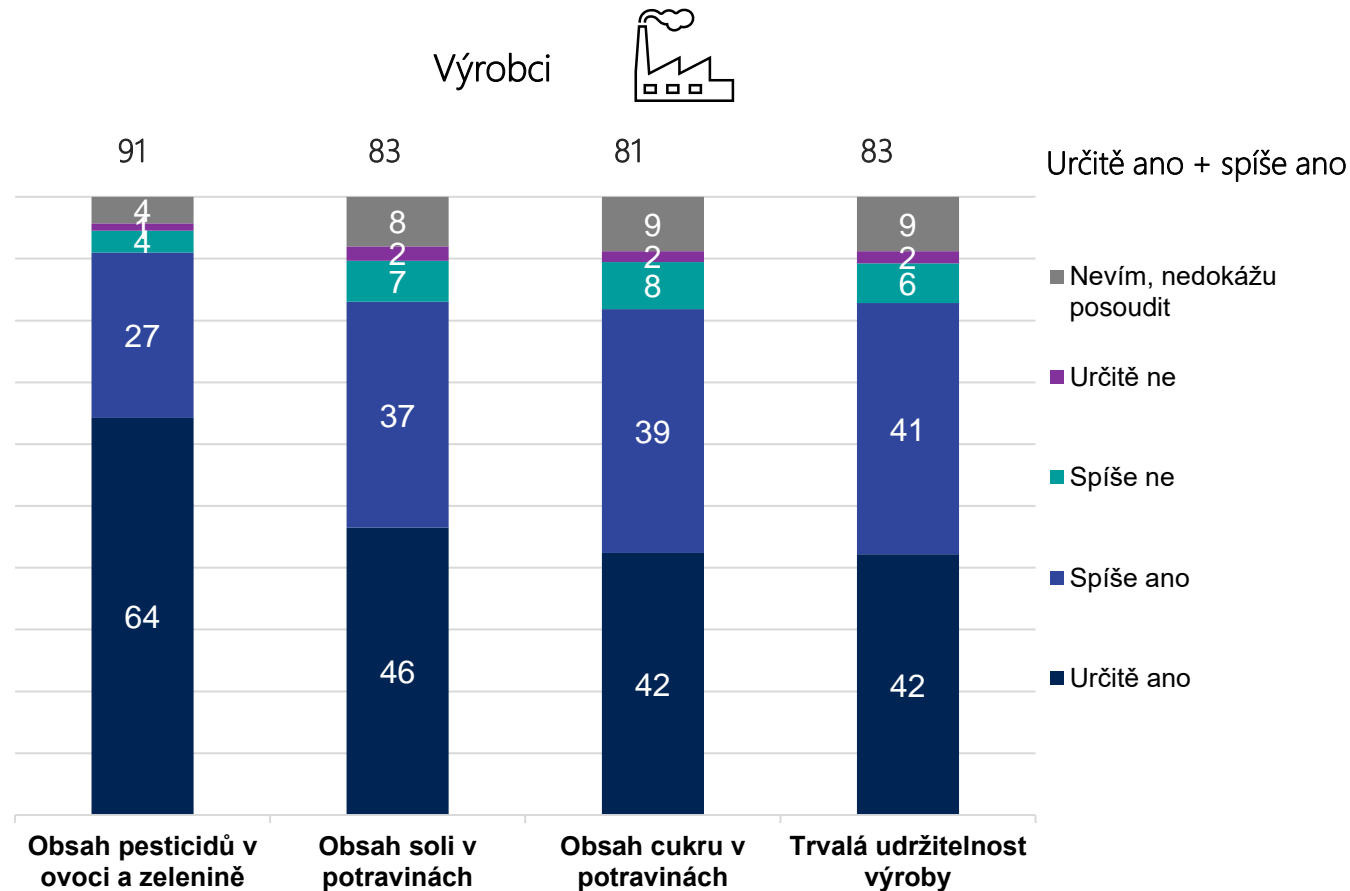
# ROZPOZNÁNÍ INOVATIVNÍCH POTRAVIN V PRODEJNÁCH

- Nízká míra zkušenosti s inovativními potravinami může být dána také tím, že polovina spotřebitelů nemá dostatek informací k tomu, aby je v prodejnách odlišila od běžné produkce.
- Zákazníci se řídí především informacemi na obalech.

36 % Čechů, zejména mladých, dokáže inovativní potraviny rozpoznat.

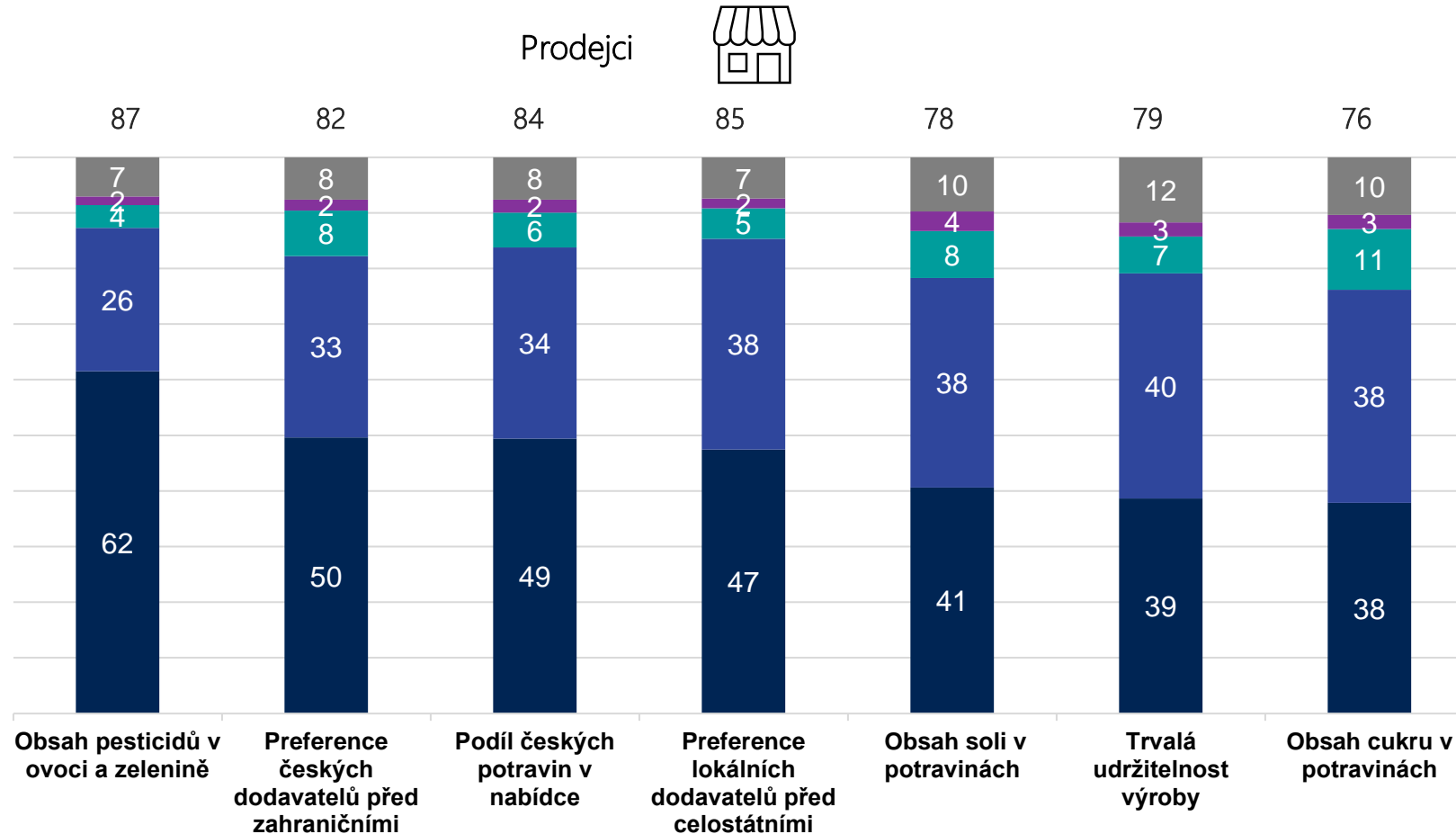
16 % se o problematiku nezajímá.

# V ČEM BY MĚLI VÝROBCI A PRODEJCI DODRŽOVAT PŘÍSNĚJŠÍ NEŽ ZÁKONNÉ NORMY



- Otázka: Měli by se výrobci potravin dobrovolně zavazovat k dodržování přísnějších než zákonem daných norem v následujících oblastech?
- Báze: Všichni respondenti N=512

# V ČEM BY MĚLI VÝROBCI A PRODEJCI DODRŽOVAT PŘÍSNĚJŠÍ NEŽ ZÁKONNÉ NORMY



○ Otázka: Měli by se prodejci potravin dobrovolně zavazovat k dodržování přísnějších než zákonem daných norem v následujících oblastech?  
 Báze: Všichni respondenti N=512

# V ČEM BY MĚLI VÝROBCI A PRODEJCI DODRŽOVAT PŘÍSNĚJŠÍ NEŽ ZÁKONNÉ NORMY

- V otázce dobrovolných závazků k dodržování přísnějších než zákonných norem kladou Češi u výrobců důraz především na obsah pesticidů v ovoci a zelenině.
- U prodejců považují za důležitou také snahu o preferenci českých a lokálních výrobků.

98 %

Čechů nezná firmu, která by se sama zavázala.

- Zájem spotřebitelů o potraviny s příznivějším vlivem na zdraví je značný.
- Pojem inovativní potraviny je Čechům dosud relativně neznámý, chybí informace, jak takové potraviny při nákupu rozpoznat.
- Zájem je zejména o lokální a udržitelnou produkci.
- S pojmem inovativní potravina se naprostá většina Čechů dosud nesešla a má o jeho významu jen mlhavou představu.
- Nicméně více než 70 % spotřebitelů se snaží alespoň v některých kategoriích kupovat potraviny se zdravotně příznivějším složením, zejména pokud jde o nákupy pro děti.
- 87 % spotřebitelů by uvítalo rozšiřování nabídky potravin s příznivějším vlivem na zdraví. Inovace by se měly zaměřovat zejména na snižování obsahu umělých přísad a pesticidů či na redukci množství soli či cukru.
- Snaha o rozšíření nabídky inovativních potravin by se podle spotřebitelů měla týkat zejména producentů či prodejců. Aktivní roli státu očekává necelá pětina obyvatel.
- Přestože většina spotřebitelů vnímá pozitivní dopad inovací potravin na své zdraví a zachování přírodních zdrojů, jsou často zároveň skeptičtí k upřímnosti motivace prodejců (zejména muži a starší lidé). Jednotné logo by mohlo pomoci, muselo by však získat dostatečnou důvěryhodnost.



- Češi považují za přínosné zejména lokální potraviny a trvale udržitelnou produkci. Šest z deseti spotřebitelů by si podle svých slov za takové výrobky připlatilo, typicky maximálně 10 % navíc.
- 63 % spotřebitelů se v prodejnách již setkalo s biopotraviny, 46 % s lokálními produkty, které také nejčastěji nakupují.
- Zkušenost s trvale udržitelnou produkcí a reformulovanými potravinami je zatím velmi nízká, setkalo se s nimi 17 %, resp. 9 % zákazníků.
- Významnou bariérou může být pro spotřebitele fakt, že polovina z nich nemá dostatek informací k tomu, aby inovativní potraviny v prodejnách odlišila od běžné produkce. Zákazníci se řídí především informacemi uvedenými přímo na obalech výrobků.
- V otázce dobrovolných závazků k dodržování přísnějších než zákonných norem kladou Češi u výrobců důraz především na obsah pesticidů v ovoci a zelenině. U prodejců považují za důležitou také snahu o preferenci českých a lokálních výrobků.

# ZÁVĚR

- Přestože by 87 % spotřebitelů uvítalo rozšiřování potravin s příznivějším vlivem na zdraví, například se sníženým obsahem umělých přísad a pesticidů nebo s redukováným množstvím soli a cukru, s pojmem inovativní potravina se naprostá většina Čechů dosud nesešla.
- Alespoň v některých kategoriích, zejména pokud jde o nákupy pro děti, se snaží kupovat potraviny se zdravotně příznivějším složením více než 70 % Čechů.
- Jako přínosné vnímají spotřebitelé zejména lokální potraviny a trvale udržitelnou produkci. Šest z deseti spotřebitelů by bylo ochotno si za ně připlatit, typicky maximálně 10 % navíc.
- S lokálními produkty se v obchodech setkalo 45 % zákazníků, s trvale udržitelnou produkcí však jen 17 % zákazníků. Ještě nižší podíl je u reformulovaných potravin, kde je to pouze 9 %. Naopak s biopotraviny se někdy setkalo 63 % spotřebitelů.

- Snaha o rozšíření nabídky inovativních potravin by měla být podle spotřebitelů především na straně výrobců a obchodů. Vyšší zapojení státu v této oblasti očekává pouze pětina Čechů.
- V otázce dobrovolných závazků k dodržování přísnějších než zákonných norem kladou Češi u producentů důraz zejména na obsah pesticidů v ovoci a zelenině. U producentů je pak pro ně důležitá snaha o preferenci českých potravin.
- Významná bariéra pro rozšíření inovativních potravin však spočívá i v tom, že polovina spotřebitelů nemá dostatek informací, aby je v prodejnách odlišila od běžné produkce. Jednotné logo by mohlo pomoci, pokud by získalo dostatečnou důvěryhodnost.

- Nezávislý průzkum společnosti Ipsos
- Agris.cz: <http://www.agris.cz/clanek/212672>
- Český statistický úřad: <https://www.czso.cz/csu/stoletistatistiky/jak-jsou-na-tom-cesi-s-chudobou-obezitou-ci-sportovanim>
- iRozhlas.cz: <https://zlin.rozhlas.cz/na-70-cechu-ma-nadvahu-nebo-jsou-obezni-rika-obezitolog-robin-urbanek-8479134>
- Státní zdravotní ústav: <http://www.szu.cz/tema/bezpecnost-potravin/co-je-nutri-score-a-jak-se-pouziva>
- VZP: <https://www.vzp.cz/o-nas/aktuality/obezita-zacina-v-hlave-jde-vsak-o-to-u-koho-vseho>
- Interní materiály SOCR ČR