

UDRŽITELNÉ POTRAVINY

Výsledky výzkumu veřejného mínění

Září 2019

POZADÍ A METODOLOGIE VÝZKUMU



CÍLOVÁ SKUPINA

**REPREZENTATIVNÍ
VZOREK POPULACE ČR**
18 – 65 let
(dle věku, pohlaví, kraje,
velikosti místa bydliště a
vzdělání)



VELIKOST VZORKU

N=1050



METODA SBĚRU DAT

**IPSOS ONLINE PANEL
POPULACE.CZ**



VÝZKUMNÝ NÁSTROJ

**STRUKTUROVANÝ
DOTAZNÍK**



TERMÍN SBĚRU DAT

ZÁŘÍ 2019

HLAVNÍ ZÁVĚRY

- **Povědomí** o potravinách vyráběných v souladu se zásadami trvalé udržitelnosti má **80 %** populace. Pouze 21 % však přiznává, že má o tématu dostatečné informace.
- Pro **62 %** české populace je při výběru potravin **důležité**, aby byly **vyrobeny v souladu se zásadami trvalé udržitelnosti**.
- **79 % lidí by bylo ochotno si připlatit** za potraviny vyráběné udržitelným způsobem, avšak naprostá většina je ochotna zaplatit **pouze o 10 % více oproti běžným potravinám**.
- **Podporu výroby potravin v souladu se zásadami trvalé udržitelnosti** od Ministerstva zemědělství požaduje **79 % populace**.



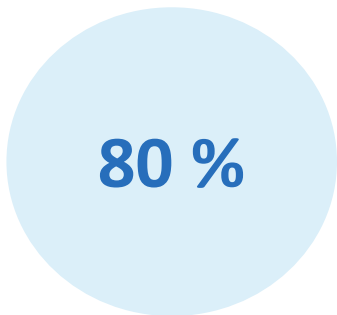
DETAILNÍ ZJIŠTĚNÍ



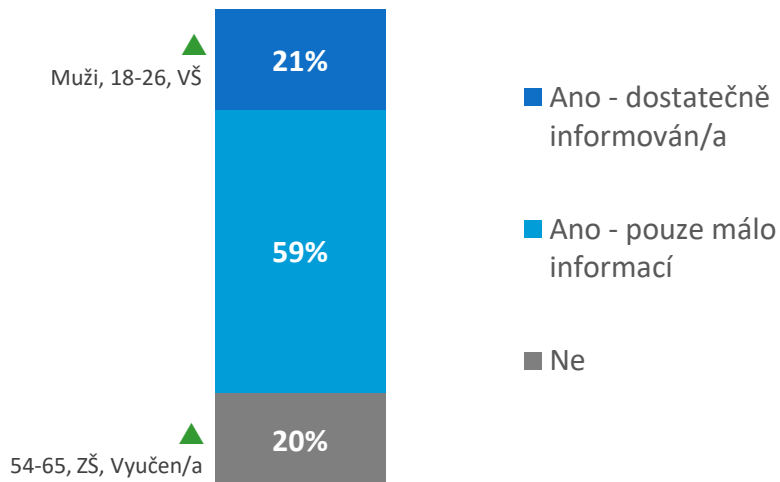
Povědomí o trvale udržitelných potravinách mají 4 z 5 Čechů. Pouze 1 z 5 však přiznává, že má o tom dostatek informací.

Vyšší povědomí mají muži, mladí lidé ve věku 18-26 let a lidé s vysokoškolským vzděláním.

Povědomí o potravinách vyráběných v souladu se zásadami trvalé udržitelnosti



Odpovědi ano (dostatečně informován/a + pouze málo informací)



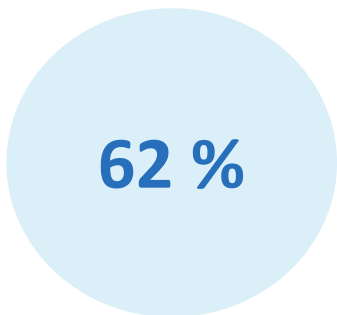
Q1. Víte o tom, že jsou některé potraviny vyrobeny v souladu se zásadami trvalé udržitelnosti? To znamená s ohledem na šetrné využívání přírodních zdrojů jako jsou voda a půda. (pouze 1 odpověď)
Báze: Všichni respondenti (N=1050)

▲ Signifikantně vyšší než jiná skupina

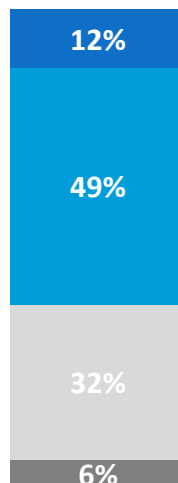
Pro 62 % české populace je při výběru potravin důležité, aby byly vyrobeny v souladu se zásadami trvalé udržitelnosti.

Mezi jednotlivými sociodemografickými skupinami nejsou významné rozdíly.

Důležitost při výběru potravin



Odpovědi Rozhodně ano + Spíše ano



- Rozhodně ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Rozhodně ne

Q2. Je pro Vás při výběru potravin důležité, zda byly konkrétní potraviny vyrobeny v souladu se zásadami trvalé udržitelnosti? (pouze 1 odpověď)

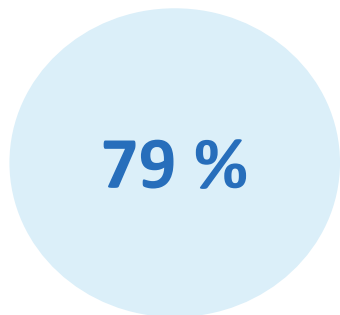
Báze: Všichni respondenti (N=1050)

▲ Signifikantně vyšší než jiná skupina

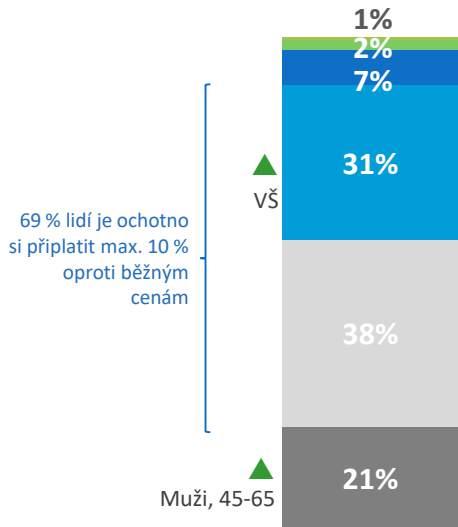
4 z 5 Čechů uvádí, že by byli ochotni si za trvale udržitelné potraviny připlatit, naprostá většina však pouze max. o 10 % více oproti běžným cenám.

Více jsou ochotni připlatiti lidé s vyšším vzděláním. Muži a lidé ve věku 45-65 častěji nechtějí za tyto potraviny nic připlácet.

Ochota připlatit za potraviny se zásadami trvalé udržitelnosti oproti běžným cenám



Odpovědi Ano



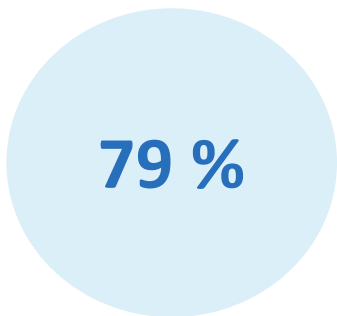
- ▲ Ano, i více než o 51 %
- ▲ Ano, maximálně o 21-50 % více
- ▲ Ano, maximálně o 11-20 % více
- ▲ Ano, maximálně o 6-10 % více
- ▲ Ano, maximálně o 5 % více
- ▲ Ne

Q3. Byl/a byste ochoten/a si připlatit za potraviny vyrobené v souladu se zásadami trvalé udržitelnosti? (pouze 1 odpověď)
Báze: Všichni respondenti (N=1050)

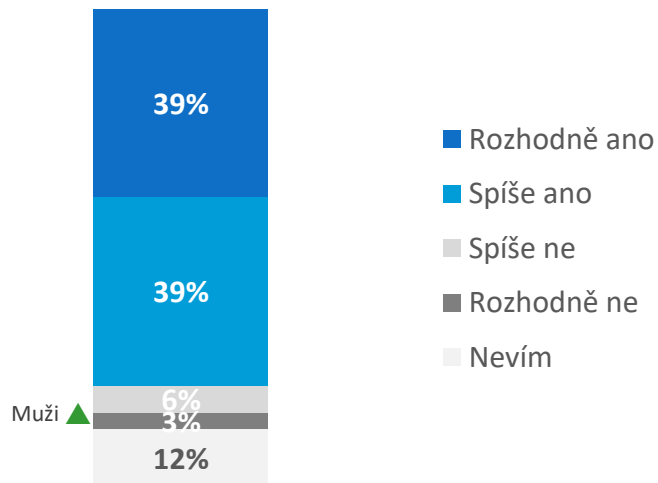
Pro 79 % lidí je důležité, aby Ministerstvo zemědělství aktivně podporovalo zemědělskou produkci a výrobu potravin trvale udržitelným způsobem.

Jedná se spíše o mladé lidi do 35 let. Muži tomuto přikládají menší důležitost.

Důležitost podpory ministerstva zemědělství formou dotací



Odpovědi Rozhodně ano + Spíše ano



Q4. Je podle Vás důležité, aby ministerstvo zemědělství aktivně podporovalo formou dotací zemědělskou produkci a výrobu potravin v souladu se zásadami trvalé udržitelnosti? (pouze 1 odpověď)
Báze: Všichni respondenti (N=1050)

▲ Signifikantně vyšší než jiná skupina

KONTAKTY



TOMÁŠ MACKŮ

Research & Communication Director

tomas.macku@ipsos.com

GSM: +420 774 646 799

MARKÉTA KNEBLÍKOVÁ

PR Manager

marketa.kneblikova@ipsos.com

GSM: +420 724 601 242



Ipsos poskytuje komplexní služby v oblasti průzkumu trhu a veřejného mínění včetně konzultační činnosti. Spolupracuje s pobočkami sítě Ipsos v 89 zemích světa. Disponuje moderním technickým zázemím pro sběr a zpracování dat a využívá také know-how specializovaných divizí Ipsos Loyalty, Ipsos Marketing, Ipsos Connect, Ipsos Public Affairs, Ipsos CEM, Ipsos ERM, Ipsos Observer a Ipsos UU.

Je členem organizací ESOMAR, MSPA, SIMAR a řídí se jejich etickými principy a metodickými pravidly.

Ipsos se dlouhodobě věnuje tématům CSR a udržitelného rozvoje, od r. 2010 realizuje projekt Ipsos CSR & Reputation Research.

IPSOS s.r.o.

Na Příkopě 22

Slovanský dům

110 00 Praha 1

www.ipsos.cz

www.ipsos.com

