

STEM/MARK
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

Biopotraviny 2019

STEM/MARK | červenec 2019



Hlavní zjištění

Nákupní chování

Potraviny nakupují několikrát týdně nebo častěji (65 %). Typicky je vybírám podle jejich **kvality, ceny a mé vlastní zkušenosti** s daným produktem. Obecně preferuji potraviny **české (83 %)** a kvalitní - jím raději méně ale **kvalitnější jídla (60 %)**. Pečuji totiž o své **zdraví (77 %)** a dodržuji **zdravý životní styl (54 %)**. O tom, že se v ČR prodávají **biopotraviny, vím (91 %)**. **Informace** o nich mám zejména z **internetu (45 %)**, případně sleduji označení přímo na potravinách v obchodě (37 %).

% jsou z celkového vzorku, n=1011





Hlavní zjištění

Reklama a loga

Alespoň jednu **značku upozorňující na biopotraviny** a produkty ekologického zemědělství si dokáže **spontánně vybavit 1/4 Čechů**. Reklamu na nějakou takovou značku nedávno **zaregistrovaly dvě třetiny** z těchto lidí, typicky v televizi nebo na internetu.

Téměř polovina Čechů (46 %) na základě ukázek potvrzuje, že se setkala s reklamou *Nakupujte Bio s chutí*, v drtivé většině v televizi.

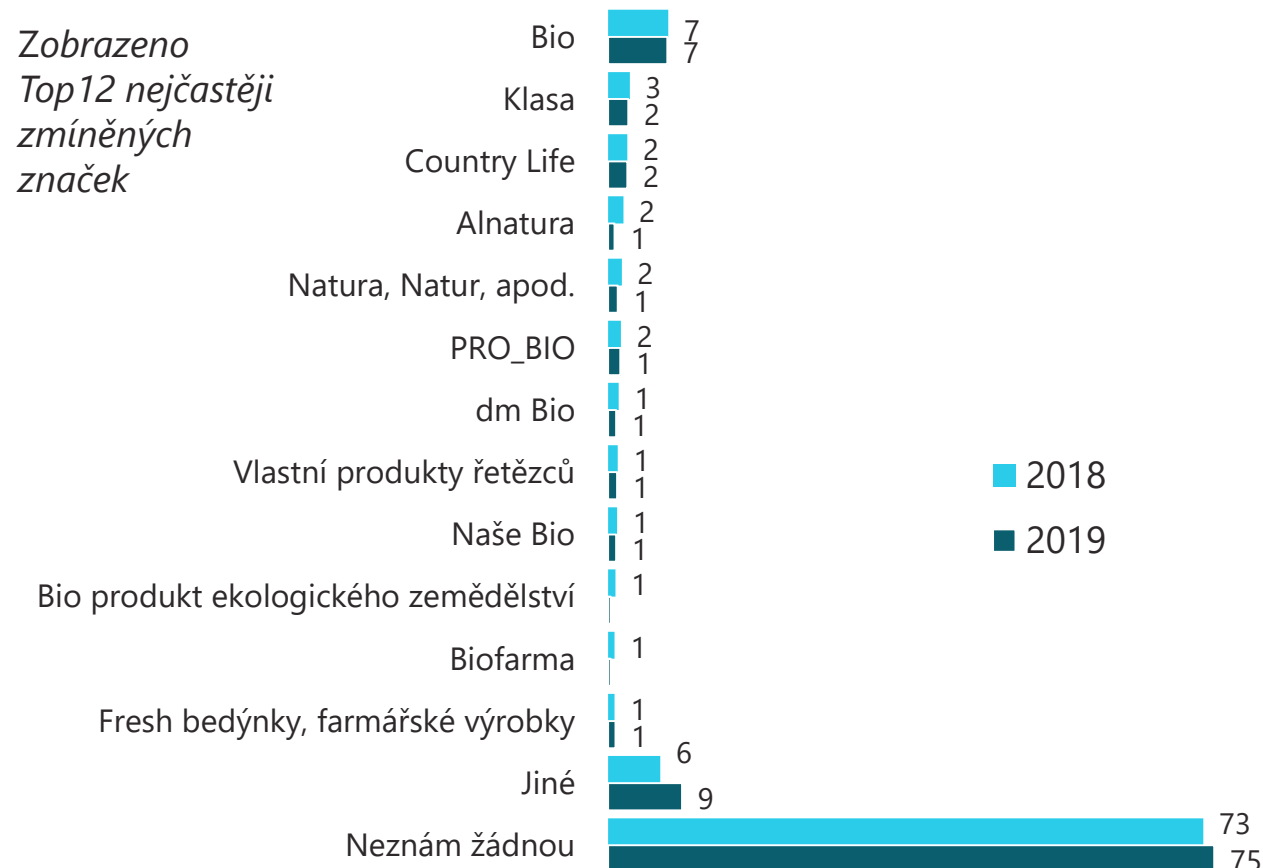
Logo  viděla **třetina** Čechů.

Logo  viděla **polovina** Čechů.

Znalost jejich **reálného významu** nicméně stále stagnuje **na nízké úrovni** (8 % a 20 %).

Kampaň **„Měsíc biopotravin“** zaznamenalo pouze 14 % lidí nakupujících biopotraviny.

Spontánní znalost značek biopotravin



Meziročně se spontánní znalost značek biopotravin a produktů ekologického zemědělství prakticky nezměnila. **Alespoň jednu značku si spontánně vybaví 1/4 dotázaných**, nejčastěji zmiňované je označení **Bio**.



- Ti, kteří nakupují biopotraviny do své domácnosti (častěji jde o ženy, lidi ve věku 18-29 let, s VŠ vzděláním), mají signifikantně vyšší znalost téměř u všech zobrazených značek.
- Žádnou značku nedokáží jmenovat častěji lidé bez maturity, lidé starší 50 let a muži.

Q1. Znáte nebo jste alespoň slyšel(a) o nějakých značkách, které upozorňují spotřebitele na biopotraviny a produkty ekolog. zemědělství?

Všichni respondenti, 2019 n=1011, 2018 N=1013 [údaje v %]

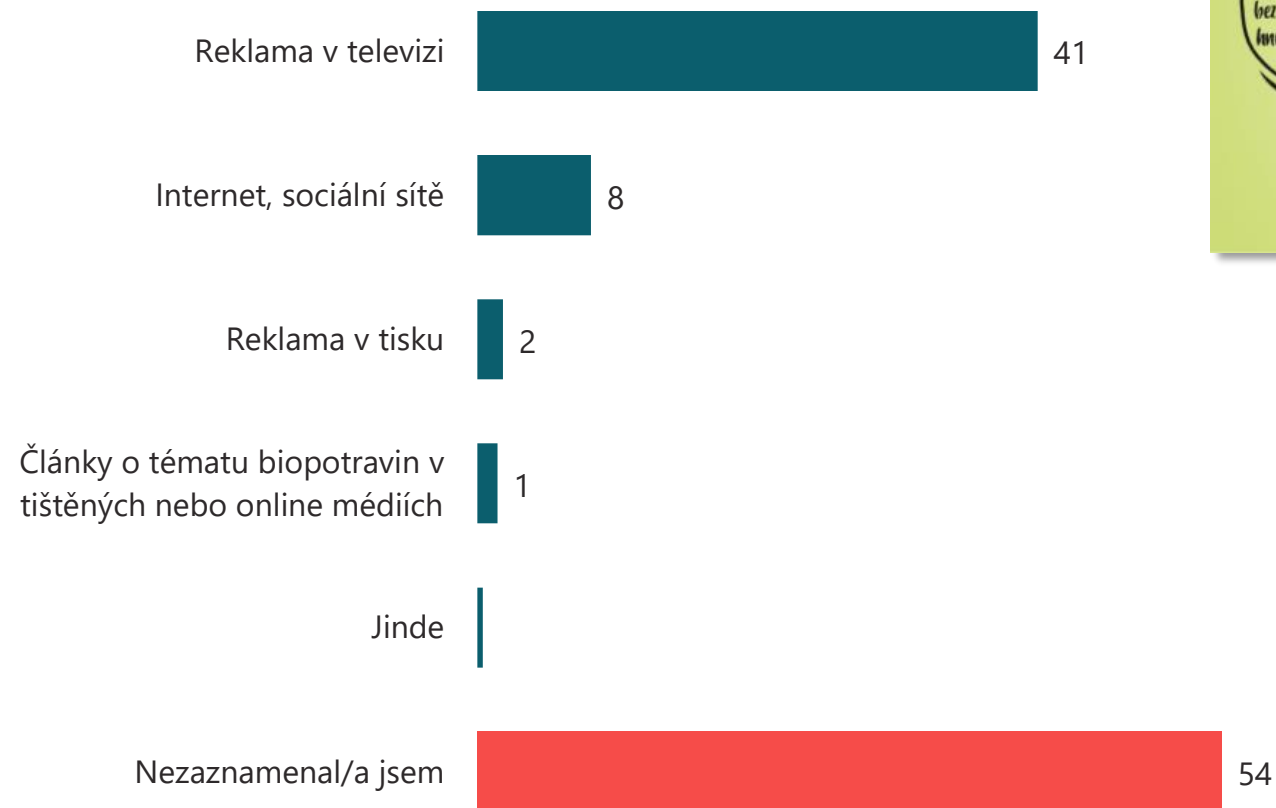


Testování log – přehled

	Zná logo		Domnívá se, že ví, co označuje		Skutečně zná správný význam	
	Ano	Ne	Ano	Ne	Ano	Ne
Logo A 	33 %	67 %	11 %	22 %	8 %	2 %
Logo B 	52 %	48 %	39 %	13 %	20 %	19 %



Zaznamenání reklamy:



R2. Zaznamenal/a jste v posledním období tuto konkrétní reklamu, kterou vidíte v ukázkách? Pokud ano, kde jste takovou reklamu zaznamenal/a?
Všichni respondenti, N=1011 [údaje v %]



Po předložení ukázek **necelá polovina** dotázaných **deklaruje**, že tuto konkrétní reklamu **zaznamenal**, v drtivé většině v televizi.

- V té byla zaznamenána častěji ženami, lidmi bez maturity a lidmi v důchodu.
- Mladí ve věku 18-29 let na ni častěji narazili na internetu.
- Muži a lidé s VŠ vzděláním tuto reklamu ve většině vůbec nezaregistrovali.





BIO =

produkt ekologického zemědělství, jehož výroba je nákladnější a vyžaduje volný výběh/přístup zvířat na pastvu. Podléhá certifikaci kontrolních organizací.
(názor většiny Čechů)

Hlavní zjištění

Biopotraviny

Biopotraviny do své domácnosti **kupuje 34 % Čechů**, typicky:

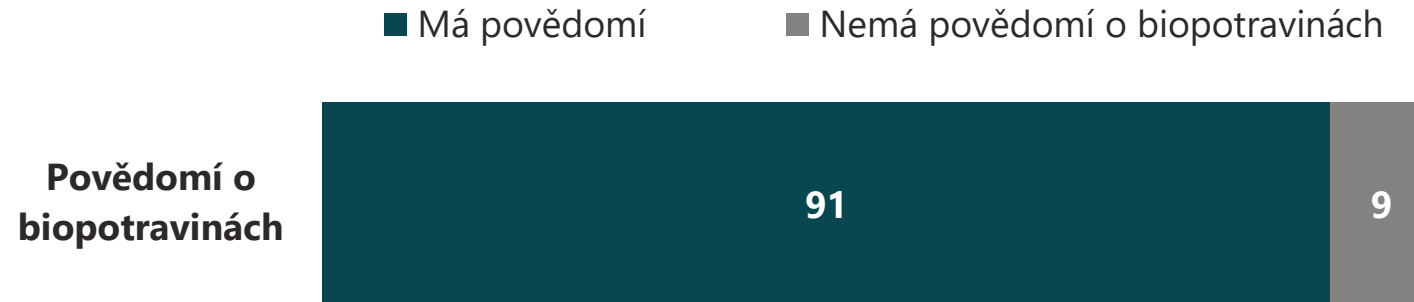
- několikrát za měsíc a méně často (61 %)*
- za více než 500 Kč měsíčně (46 %)*
- mléčné výrobky, zeleninu a ovoce
- v obchodu s potravinami, super/hypermarketech (74 %)*
- proto, že jsou **zdravější, šetrnější k přírodě** (svou výrobou) a **kvalitnější** co do složení.

Jejich nevýhodou je **vysoká cena**. Ti, kteří je kupují, spatřují problém také v **omezeném sortimentu a horší dostupnosti** biopotravin. Lidé, kteří je nekupují, zase často **nevidí rozdíl** mezi bio a nebiopotravinami a považují je spíše za **reklamní trik** na spotřebitele.

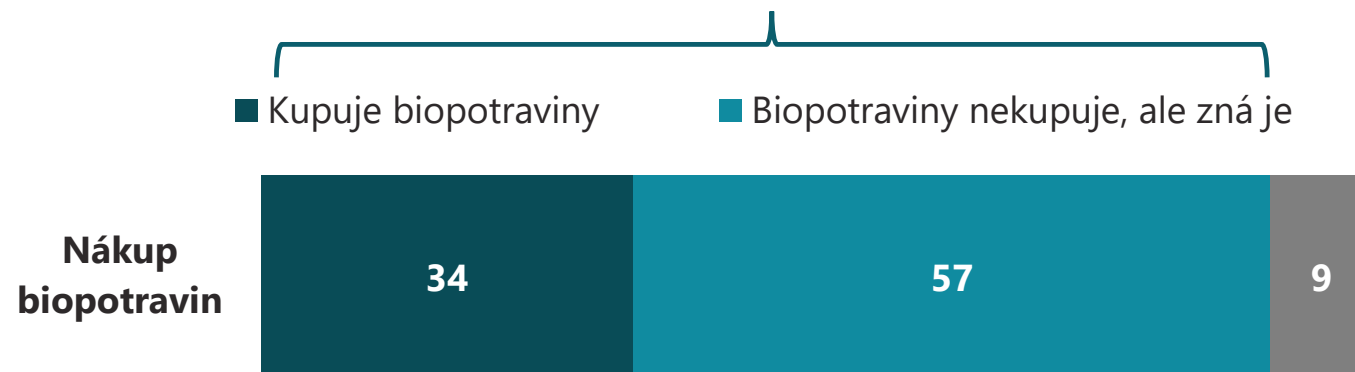
* % jsou ze vzorku lidí nakupujících biopotraviny, n=339



Postoj k biopotravinám – přehled



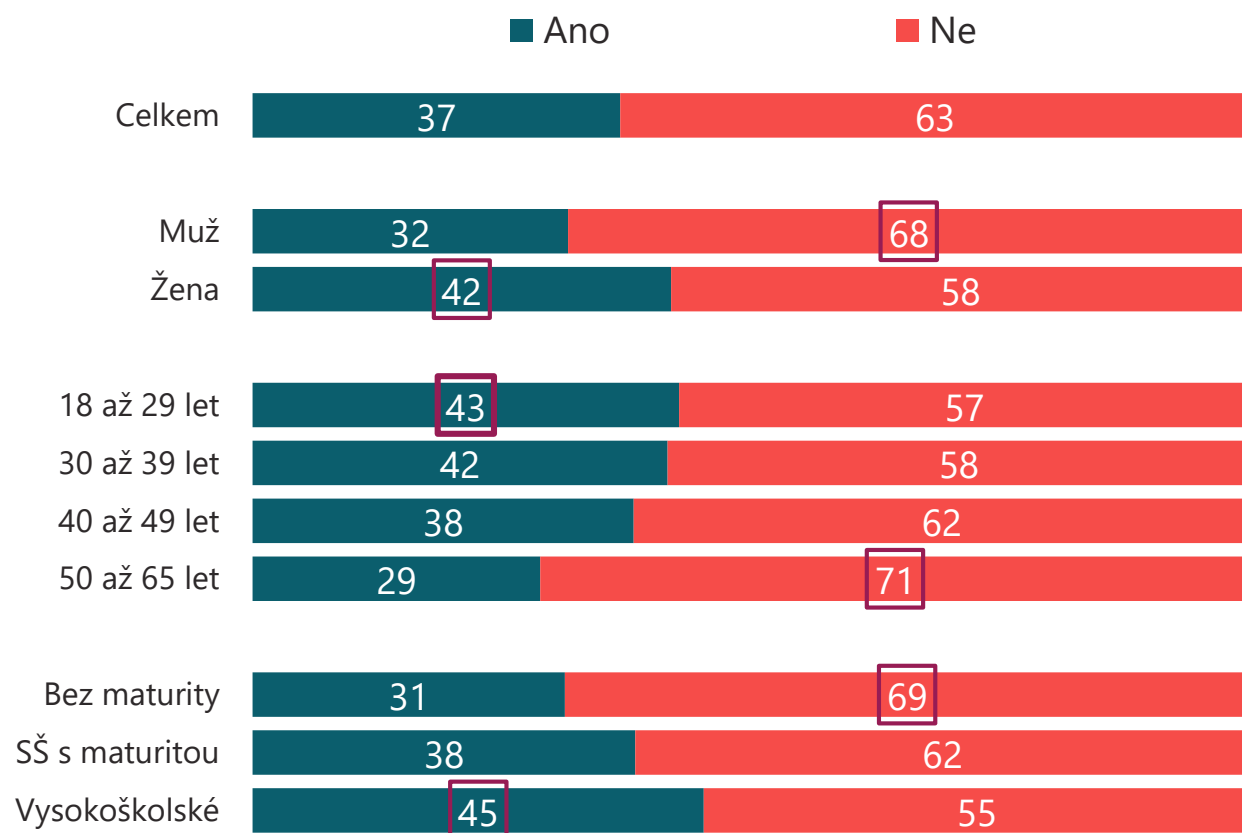
2. Víte o tom, že se u nás prodávají tyto biopotraviny?
Všichni respondenti, N=1011 [údaje v %]



3. Nakupujete ve Vaší domácnosti biopotraviny?
Všichni respondenti, N=1011 [údaje v %]



Nákup biopotravin v domácnosti



3. Nakupujete ve Vaší domácnosti biopotraviny?
Pouze ti, kteří vědí o prodeji biopotravin u nás, N=919 [údaje v %]

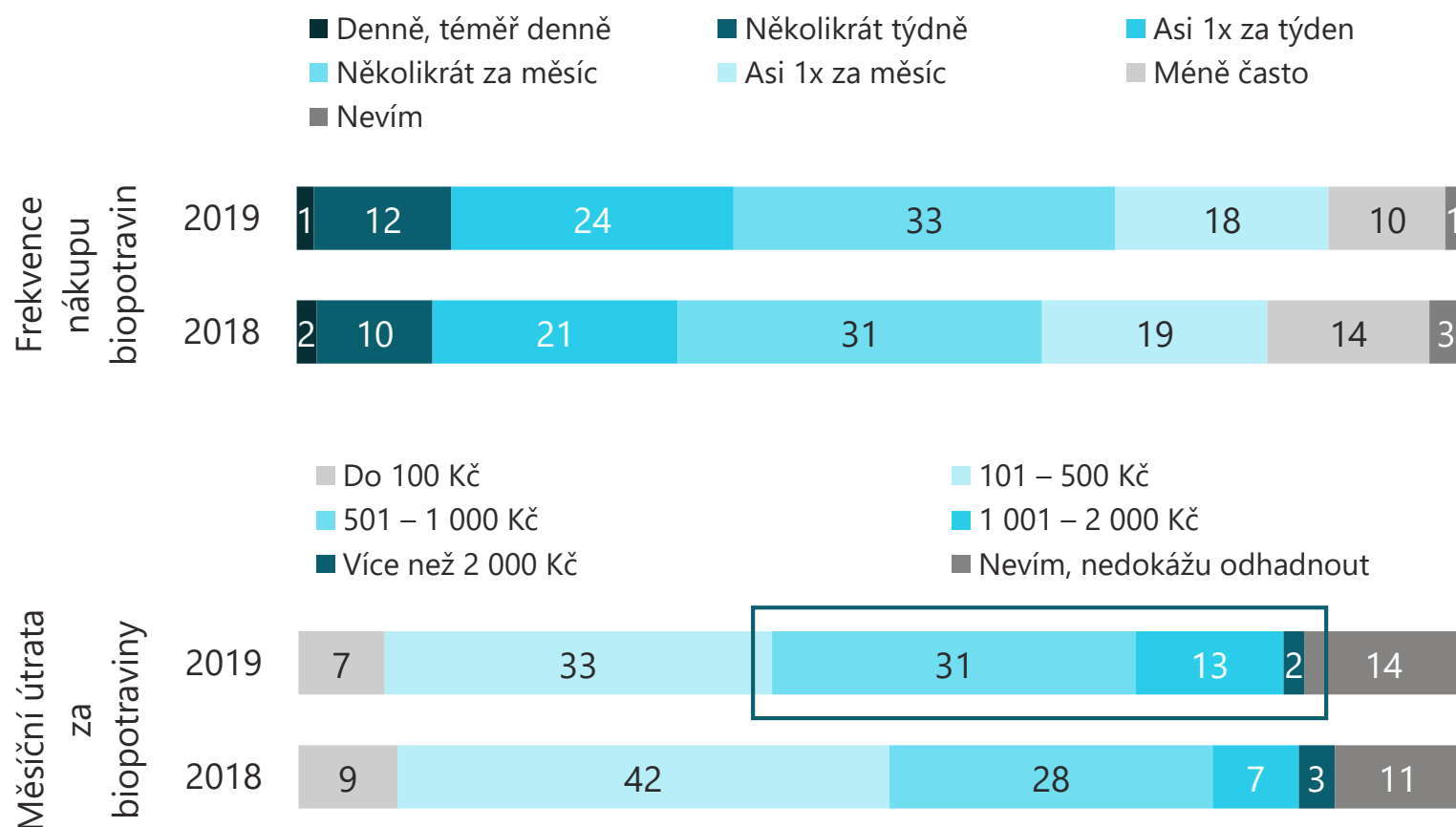
Stejně jako v roce 2018 nakupují i letos biopotraviny **necelé dvě pětiny** těch, kteří vědí o tom, že se u nás takové potraviny prodávají.

- Biopotraviny nakupují častěji ženy, lidé ve věku 18-29 let a ti s VŠ vzděláním.
- Naopak muži, lidé ve věku 50 až 65 let a lidé bez maturity častěji uvádějí, že biopotraviny nenakupují.

* Nižší procento u mužů může být dáno tím, že (jak jsme viděli) obvykle potraviny do domácnosti osobně nekupují a nemusí mít tedy požadované informace o kvalitě nakupovaných potravin. Častěji také o prodeji biopotravin vůbec nevědí.



Frekvence nákupu a útrata za biopotraviny



Frekvence nákupu biopotravin a **měsíční útrata** za ně je **velmi podobná roku 2018 s mírně rostoucí tendencí**.

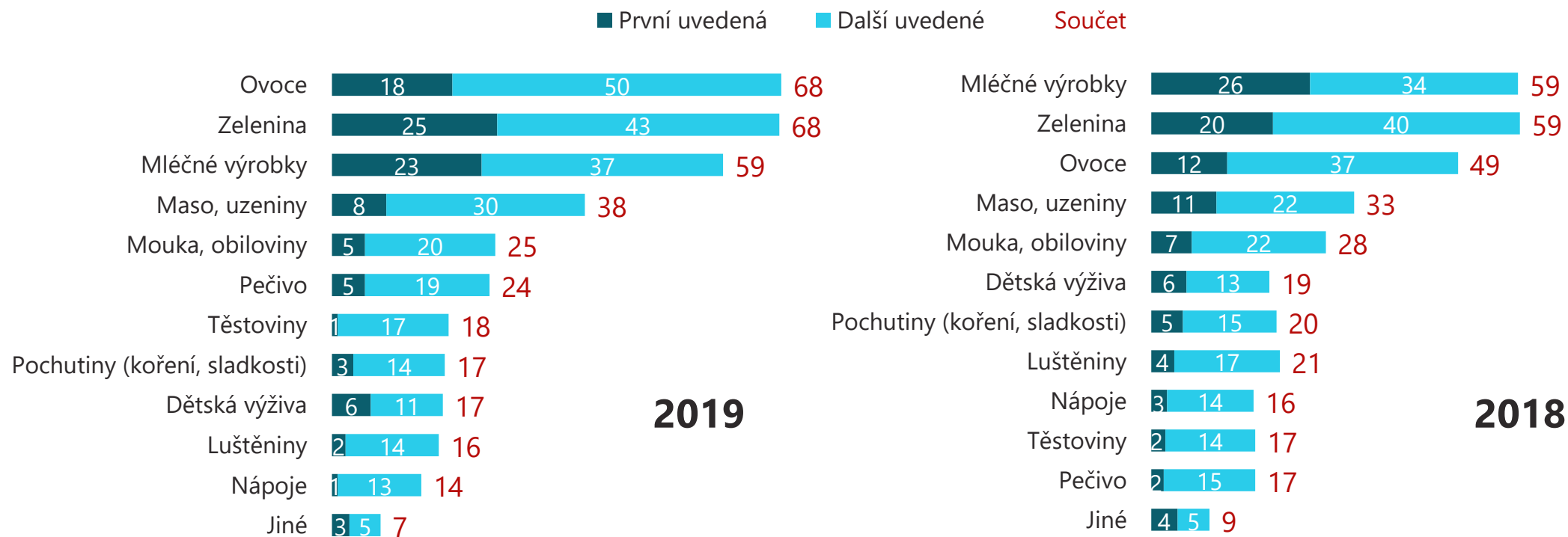
- Biopotraviny nakupuje několikrát týdně a častěji pouze 13 % respondentů, z těch kteří je někdy kupují.
- Necelá polovina nakupujících uvádí, že za biopotraviny utratí měsíčně více než 500 Kč. Za více než 1000 Kč nakoupí měsíčně 15 %.
- Lidé ve věku 30-49 let se častěji vejdou do 100 Kč.

4. A jak často nakupujete biopotraviny ve Vaší domácnosti?
 5. Kolik asi tak utratíte za biopotraviny měsíčně?
 Pouze ti, kteří nakupují biopotraviny, 2019 n=339, 2018 n=352 [údaje v %]



Druhy nakupovaných biopotravin - srovnání

V celkovém součtu **vede letos ovoce a zelenina**, které v bio kvalitě někdy kupuje 7 z 10 nakupujících. Mléčné výrobky, které byly favoritem minulý rok, jsou na třetí příčce s téměř neměnnými hodnotami. Lze říci, že **základní kategorie biopotravin zaznamenaly nárůst** a objevují se v košících zákazníků častěji než před rokem.



6a. Jaké biopotraviny kupujete nejčastěji?
6b. A jaké biopotraviny ještě kupujete?
Pouze ti, kteří nakupují biopotraviny, n=339 [údaje v %]

6a. Jaké biopotraviny kupujete nejčastěji?
6b. A jaké biopotraviny ještě kupujete?
Pouze ti, kteří nakupují biopotraviny, n=352 [údaje v %]



Obvyklá místa nákupu biopotravin



I letos se lidé při nákupu biopotravin nejvíce spoléhají na **běžné obchody s potravinami, supermarkety a hypermarkety**.

- V oblibě je mají hlavně mladí lidé (18-29 let), ti častěji nakupují i přes internet.
- K nákupu biopotravin na internetu se častěji uchylují rovněž lidé s VŠ vzděláním.
- Ženy rády nakupují potraviny v bio kvalitě ve specializovaných obchodech se zdravou výživou a v drogeriích.
- Lidé z malých obcí (do 5 tis. obyv.) je častěji odebírají přímo z farem zemědělců.

7. Kde obvykle biopotraviny kupujete?
Pouze ti, kteří nakupují biopotraviny, n=339 [údaje v %]



Hlavní důvody nakupování biopotravin



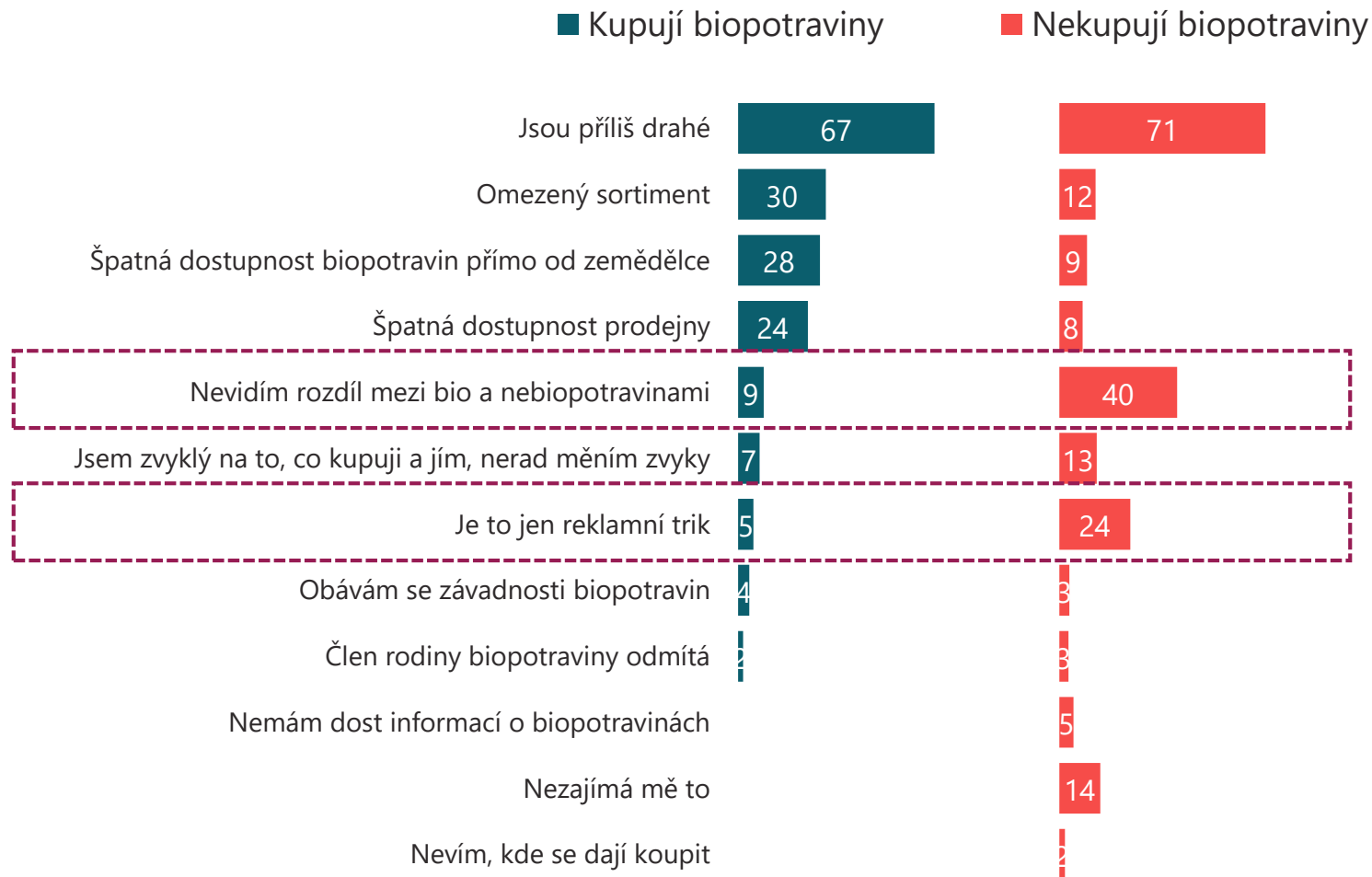
Pro většinu lidí nakupujících biopotraviny je stále hlavním důvodem fakt, že tyto potraviny jsou **zdravější a kvalitnější**. O něco **silněji než minulý rok** zaznává argument, že jejich **výroba je šetrnější k přírodě** (35 % v r. 2018).

- Ženy při koupi biopotravin častěji zohledňují zvířata a také svůj životní styl.
- Lidé s VŠ vzděláním a mladí lidé (18 - 29 let) častěji zmiňují důvody související se životním prostředím.

8. Proč nakupujete biopotraviny, jaké jsou hlavní důvody?
Pouze ti, kteří nakupují biopotraviny, n=339 [údaje v %]



Bariéry častějšího nákupu biopotravin



Kupující: největší bariérou častějšího nákupu biopotravin je vysoká **cena**, s odstupem pak následuje **omezený sortiment a špatná dostupnost**.

Nekupující: největší bariérou je rovněž **cena**. Významnou roli hraje také přesvědčení, že **není skutečný rozdíl mezi bio a nebiopotravinami** a že jde spíše o **reklamní trik**.

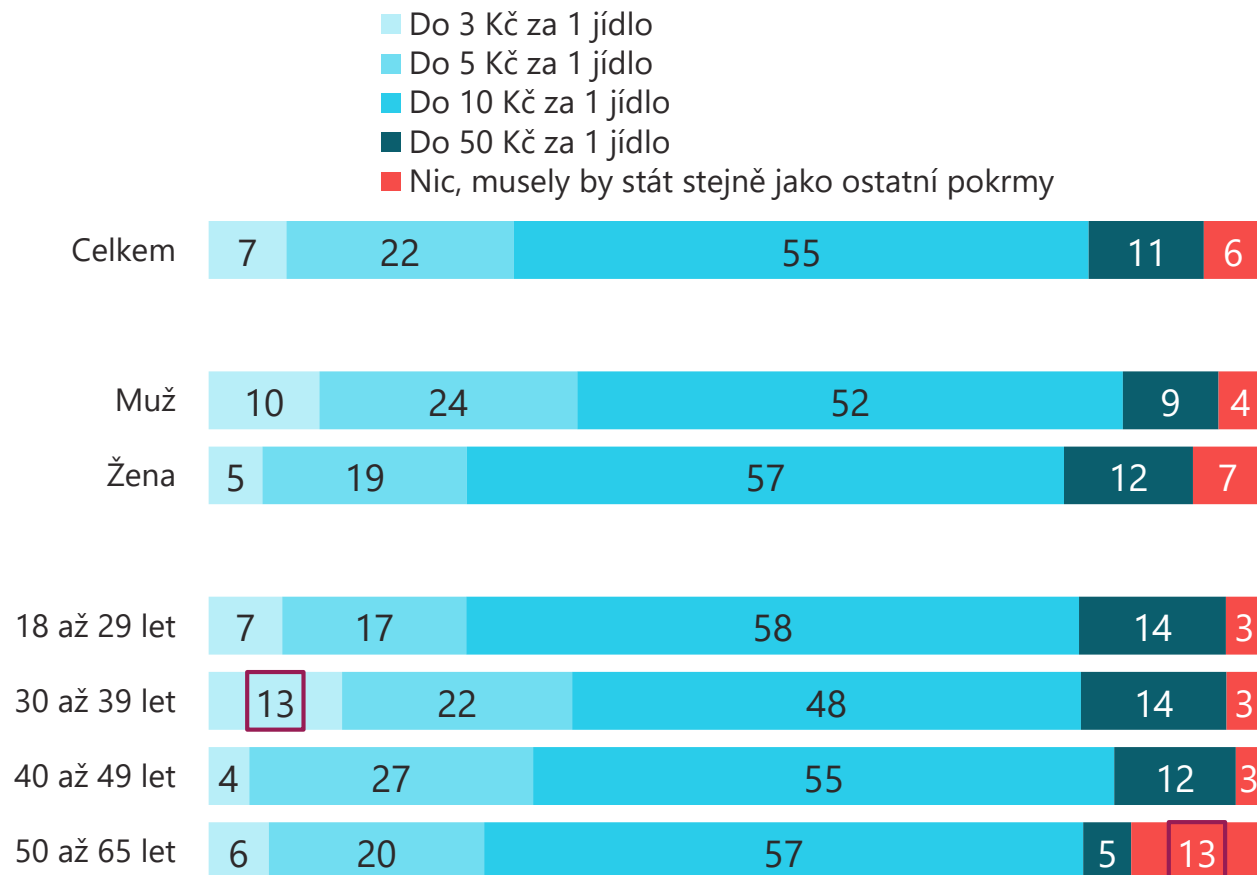
- Rozdíl není častěji jasný lidem ve věku 40-49 let.
- Ženy a mladí lidé (18-29 let) se častěji potýkají s tím, že někdo z jejich rodiny biopotraviny odmítá.
- Vysokoškolákům v nákupu častěji brání nemožnost sehnat biopotraviny přímo od zemědělce.

11. Co je překážkou toho, abyste nakupoval(a) biopotraviny častěji?
Pouze ti, kteří nakupují biopotraviny, n=339 [údaje v %]

16. Co je překážkou toho, abyste biopotraviny kupoval(a)?
Pouze ti, kteří nenakupují biopotraviny, n=580 [údaje v %]



Ochota připlatit si za biopotraviny



Letošní výsledky se moc neliší od těch z minulého roku. **Více než polovina** z těch, kteří si kupují biopotraviny, by si ve veřejném stravování za jedno jídlo z biopotravin **připlatila částkou do 10 Kč.**

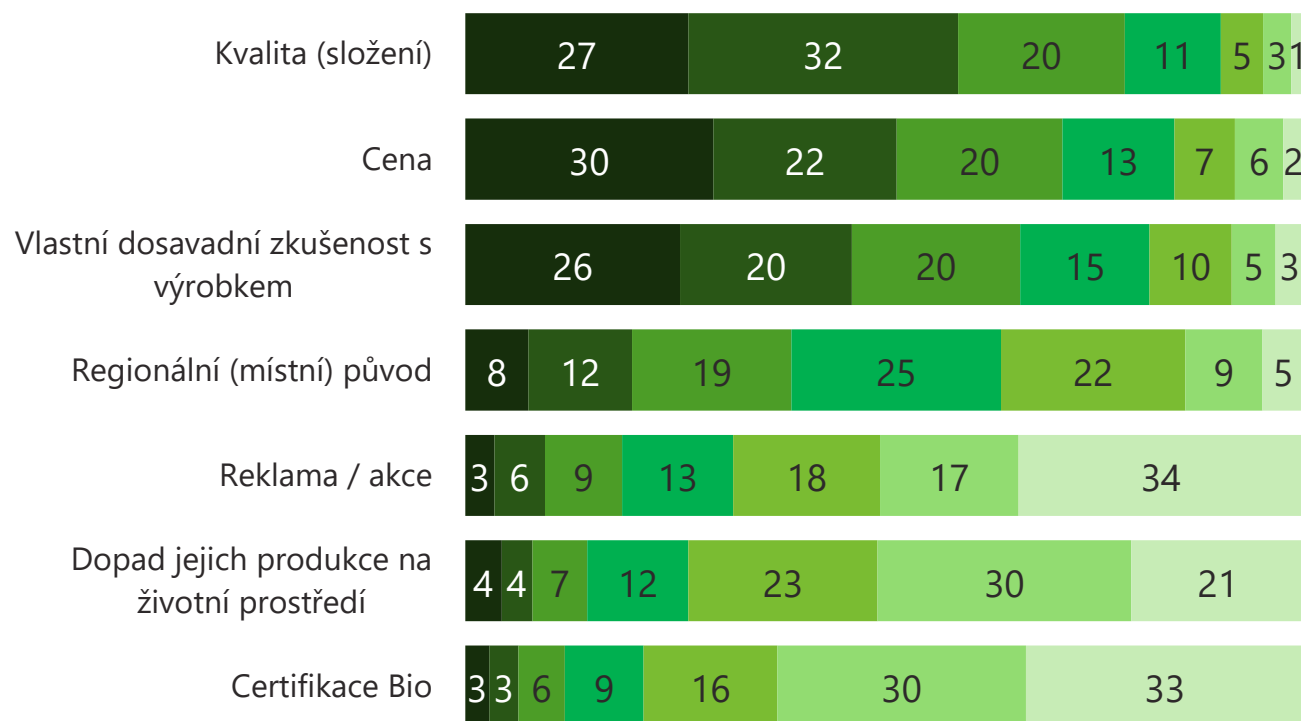
- Oproti minulému roku, kdy muži častěji odmítali si nějakou částku připlatit, se letos tyto rozdíly z hlediska pohlaví setřely.
- Neochotu dát nějaké peníze navíc tento rok vykazují častěji lidé ve věku 50-65 let.

15. Pokud byste měl(a) možnost konzumovat biopotraviny ve veřejném stravování (školní jídelna, restaurace, závodní jídelna apod.) kolik byste byl(a) ochoten(na) si připlatit?
Pouze ti, kteří nakupují biopotraviny, n=339 [údaje v %]



Nejdůležitější kritéria při nákupu potravin

■ 1. nejdůležitější ■ 2. ■ 3. ■ 4. ■ 5. ■ 6. ■ 7. nejméně důležité



18. Seřadte od 1 do 7 od nejdůležitějšího (=1) po nejméně důležité (=7) kritéria, podle kterých se rozhodujete při nákupu potravin.

Všichni respondenti, n=1011 [údaje v %]

Pořadí jednotlivých kritérií se od minulého roku nezměnilo.

Kvalita, cena a vlastní zkušenost jsou nejdůležitější kritéria, podle kterých lidé při nákupu vybírají konkrétní potraviny.

- Cena je častěji nejdůležitější kritériem pro mladé lidi (18-29 let) a lidi bez maturity, tedy pro ty s nižším osobním příjmem.
- Lidé ve věku 30-39 let a ti s VŠ vzděláním při nákupu nejvíce hledí na kvalitu a složení potravin. Starší lidé zase dají více na svou zkušenost a na regionální původ.
- Respondenti, kteří kupují biopotraviny, dle očekávání považují častěji za nejdůležitější aspekt kvalitu potravin, dopad jejich produkce na životní prostředí a certifikaci Bio.



Hlavní zjištění

Meziroční srovnání

Pozitivní vývoj vykazuje navozená znalost obou log, která meziročně vzrostla a naznačuje tak, že **označení bioproduktů se dostává lidem čím dál více do podvědomí**. Jejich správný význam zná ale stále jen málo Čechů.

Mírně **rostoucí tendenci** (v jednotkách procent) má i **frekvence nákupu** biopotravin a **měsíční útrata** za ně.

Druhy nejčastěji nakupovaných biopotravin zůstávají meziročně stejné. Výraznější změnu evidujeme u nákupu **bio ovoce**, které **kupuje téměř o 20 % více respondentů než minulý rok**.

Kromě zdravotního hlediska a kvality je pro stále více lidí hlavním důvodem ke koupi biopotravin skutečnost, že jejich **výroba šetří přírodu**.



2018 (22 %)



2019 (33 %)*



2018 (46 %)



2019 (52 %)*

Nákup bio ovoce

2018 (49 %)



2019 (68 %)**

Výroba je šetrnější k přírodě

2018 (35 %)



2019 (44 %)**

* % jsou z celkového vzorku, n=1011

** % jsou z vzorku lidí, kteří kupují biopotravinu, n=339

