

Tisková zpráva

Česká veřejnost o biopotravinách – Potraviny 2020

- ⊙ O téma biopotravin se v ČR zajímá pouze necelá čtvrtina (24 %) veřejnosti, naopak 76 % se spíše či vůbec nezajímá. Oproti roku 2017 navíc zájem mírně poklesl.
- ⊙ Obdobně je tomu v případě nákupu biopotravin, kdy pouze necelá čtvrtina (23 %) Čechů je nakupuje alespoň občas, zatímco téměř polovina (49 %) respondentů uvedla, že biopotraviny nenakupuje nikdy a dalších 24 % že je nakupuje pouze zřídka.
- ⊙ Z lidí, kteří potraviny s označením „BIO“ alespoň zřídka nakupují, jim téměř polovina (47 %) dává před potravinami bez tohoto označení přednost pouze zřídka, přibližně třetina (34 %) občas, 10 % často a 1 % vždy.
- ⊙ Lidé nejčastěji nakupují biopotraviny v hypermarketu/supermarketu, dále pak v menším obchodě, specializované prodejně (např. pekárna, řeznictví), ve farmářském obchodě či prodejně zdravé výživy nebo si je pěstují na vlastní zahrádce.
- ⊙ Pokud lidé v České republice biopotraviny nakupují, činí tak zejména z toho důvodu, že nejsou chemicky ošetřeny. Mezi další důležité důvody patří, že biopotraviny jsou kvalitnější, chutnější a čerstvější.
- ⊙ Obecně se o téma biopotravin více zajímají ženy, které je také častěji nakupují, dále lidé ve věku 20 až 44 let a dotázaní hodnotící životní úroveň své domácnosti jako dobrou.

Zpracovala:
Radka Hanzlová
Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav AV ČR, v.v.i.
Tel.: 210 310 587; e-mail: radka.hanzlova@soc.cas.cz



Do speciálního výzkumu Potraviny 2020 zaměřeného zejména na plýtvání potravinami a nákupní a spotřební chování českých občanů zařadilo CVVM i blok otázek týkajících se biopotravin. Nejdříve byl zjišťován zájem respondentů o informace spojené s biopotravinami. Dále pak, zda lidé biopotraviny sami nakupují, jak často, kde a z jakých důvodů to dělají. Položena byla rovněž otázka, jak často lidé dávají přednost potravinám s označením „BIO“ před těmi, které toto označení nemají.

Jako biopotraviny¹ označujeme produkty, které jsou vyprodukovány v souladu s požadavky platné legislativy pro ekologickou produkci (zejména zákon č. 242/2000 Sb. o ekologickém zemědělství, nařízení Rady (ES) č. 834/2007 a nařízení Komise (ES) č. 889/2008).² Ekologické zemědělství definujeme jako „udržitelný systém respektující životní prostředí a dobré životní podmínky zvířat, který se zároveň vztahuje i na dodavatelský řetězec od dodávek surovin, jejich zpracování, skladování, transport, distribuci až po maloobchodní prodej“.³ Mezi základní principy a znaky ekologického zemědělství patří zákaz používání chemických pesticidů, umělých hnojiv, antibiotik či geneticky modifikovaných organismů, naopak snahou zemědělců je udržovat svou půdu úrodnou díky střídání plodin. Samozřejmostí je krmení zvířat biokrmivem a jejich chov ve volných výbězích či na farmách, kde je kladen důraz na

¹ V angličtině bývá používán termín „organic food“.

² [https://www.bezpecnostpotravin.cz/kategorie/biopotraviny-\(bio\).aspx](https://www.bezpecnostpotravin.cz/kategorie/biopotraviny-(bio).aspx)

³ <https://www.europarl.europa.eu/news/cs/headlines/society/20180404STO00909/biopotraviny-a-ekozemedelstvi-v-eu-infografika>

obnovitelné zdroje, ochranu půdy a vody ve snaze udržet co nejvyšší kvalitu životního prostředí a biodiverzitu pro další generace.⁴

Označování biopotravin je stanoveno v legislativě (viz výše). Biopotraviny vyprodukované v České republice musí být označené jak národním logem, tzv. biozebrou, tak i logem evropským. Pokud se v ČR prodávají biopotraviny z dovozu, označení biozebrou mít nemusí. Pro biopotraviny dovezené do EU ze třetích zemí neplatí povinnost mít ani logo evropské. S tím souvisí i další informace, které na obalu biopotravin nesmí chybět, a to jsou informace o původu surovin, ze kterých se potravina skládá. Každá biopotravina musí mít na svém obalu rovněž uvedený kód organizace, která provedla kontrolu, zda daný výrobek skutečně splňuje zákonem stanovené podmínky pro toto označení.⁵



Národní logo (biozebra)



Evropské logo

V České republice mají na starosti kontrolu biopotravin tři nezávislé soukromé kontrolní subjekty pověřené ministerstvem zemědělství. Konkrétně se jedná o KEZ, o.p.s (kód na obalu: CZ-BIO-001), ABCert AG, organizační složka (kód na obalu: CZ-BIO-002) a BOKONT CZ (kód na obalu: CZ-BIO-003). Tyto subjekty zajišťují kontrolní činnosti spojené s vydáním osvědčení o původu bioproduktu, biopotraviny nebo ostatního bioproduktu. V souvislosti s růstem počtu ekofareb byl od 1. 1. 2010 do kontroly dodržování ekologických pravidel a norem zapojen navíc Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský (ÚKZÚZ), který se primárně zaměřuje na úřední kontrolu podle nařízení Evropského parlamentu a Evropské rady.⁶

Zájem o biopotraviny v České republice roste. Jak vyplývá z údajů Ústavu zemědělské ekonomiky a informací (ÚZEI), celková spotřeba biopotravin, včetně dovozu, byla v roce 2018 v ČR 4,43 miliardy korun, což je v porovnání s rokem 2017 nárůst o 33 procentních bodů. Co se týká celkového obrátu s biopotravinami českých subjektů (včetně vývozu), tak ten dosáhl v roce 2018 přibližně 7,02 miliardy korun. Průměrná roční spotřeba biopotravin na obyvatele ČR v roce 2018 činila 416 Kč, oproti 314 Kč v roce 2017, přičemž se rovněž zvýšil jejich podíl na celkové spotřebě potravin a nápojů (na hodnotu 1,58 %).⁷

CVVM se tématu biopotravin věnovalo již v roce 2017⁸, a jelikož nás zajímalo, jak se názory a postoje lidí za uplynulých tři roky vyvinuly, zařadily jsme blok otázek na toto téma i do speciálního výzkumu Potraviny 2020. První otázka se věnovala právě zájmu o téma biopotravin. Ačkoliv dle statistických číselných údajů se ukazuje, že zájem o biopotraviny v ČR roste, tak výsledky našeho výzkumu to nepotvrzují (viz graf 1), když deklarovaný zájem české veřejnosti o téma biopotravin oproti roku 2017 mírně poklesl (o 5 procentních bodů). V aktuálním šetření konkrétně více než tři čtvrtiny (76 %) respondentů uvedly, že se o téma biopotravin nezajímají, z toho se 32 % „spíše nezajímá“ a 44 % „vůbec nezajímá“ a pouze necelá čtvrtina (24 %) vyjádřila určitou míru zájmu (4 % velmi, 20 % spíše). Je tak možné, že celkový podíl spotřebitelů, kteří se zajímají o nákup biopotravin, neroste, ale ti, kteří se zajímají a tyto potraviny nakupují, zvyšují podíl těchto potravin ze své celkové spotřeby, což se projevuje na výše uvedených číslech. Zájem o téma biopotravin ale také mohl být ovlivněn tím, že sběr dat probíhal v srpnu po jarní první vlně pandemie nemoci COVID-19, která se nejen v českém prostředí stala naprosto dominantním tématem, a která ostatní témata vytlačila poněkud do pozadí.

Podrobnější analýza pak ukázala, že významně častěji se o téma biopotravin zajímají ženy (33 %, muži 14 %), vysokoškolsky vzdělaní, lidé ve věku 20 až 44 let, dotázaní s dobrou životní vlastní domácností, lidé žijící v

⁴ Lee, H., Yun, Z. 2014. Consumers' perceptions of organic food attributes and cognitive and affective attitudes as determinants of their purchase intentions toward organic food. Elsevier Ltd..

⁵ [https://www.bezpecnostpotravin.cz/kategorie/biopotraviny-\(bio\).aspx](https://www.bezpecnostpotravin.cz/kategorie/biopotraviny-(bio).aspx)

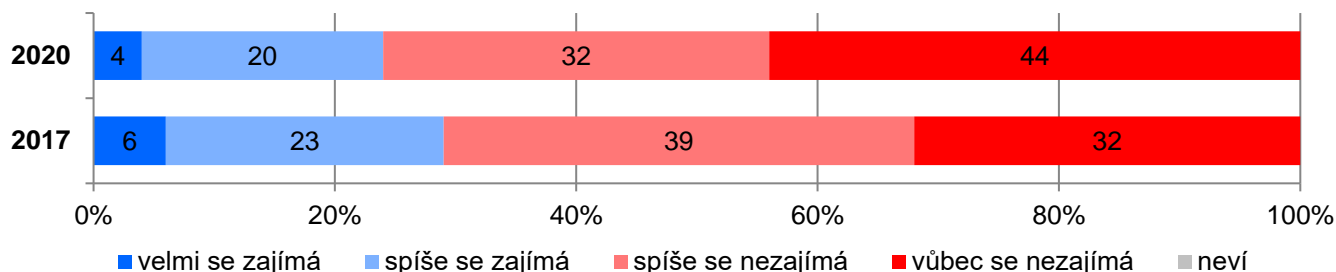
⁶ [https://www.bezpecnostpotravin.cz/kategorie/biopotraviny-\(bio\).aspx](https://www.bezpecnostpotravin.cz/kategorie/biopotraviny-(bio).aspx)

⁷ <https://www.bezpecnostpotravin.cz/trh-s-biopotravinami-v-roce-2018-dynamicky-rostl.aspx>

⁸ Černá, L. & Pilecká, J. 2017. Zájem o bio potraviny v České republice a jejich spotřeba – červen 2017. Dostupné z: https://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c2/a4392/f9/OR170810.pdf

domácnosti s dětmi, respondenti, kteří vnímají plýtvání potravinami jako velký problém, ti, co nakupují každý den či několikrát týdně a lidé, kteří vyznávají jinou než běžnou stravu (např. vegetariánství, veganství, paleo, low carb).

Graf 1: Zájem české veřejnosti o téma biopotravin (%)⁹



Pozn: V roce 2017 bylo mírně odlišné znění otázky a odpovědí (rozhodně se zajímá, spíše se zajímá, spíše se nezajímá, rozhodně se nezajímá).

Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Potraviny 15. – 31. 8. 2020, 979 respondentů starších 15 let, osobní rozhovor.

Konzumace biopotravin v sobě často odráží celkový způsob života. Vyrůstá z ideologie, která se projevuje v konkrétním hodnotovém systému, jenž se skládá z osobních měřítek, postojů a konzumního chování.¹⁰ Právě konzumnímu chování se věnovaly další otázky výzkumu, které byly zaměřeny na to, zda a případně jak často respondenti biopotraviny kupují, kde a z jakých důvodů. Z grafu 2 vidíme, že alespoň občas nakupuje biopotraviny pouze necelá čtvrtina (23 %) respondentů, z nichž 1 % vždy, 5 % často a 17 % občas. Naopak téměř polovina (49 %) respondentů uvedla, že biopotraviny nikdy nenakupuje, a dalších 24 % že je nakupuje pouze zřídka. Zbývající 4 % respondentů v této otázce „neví“.

Biopotraviny častěji nakupují ženy, lidé ve věku 20 až 44 let, vysokoškolsky vzdělaní, dotázaní, kteří deklarují dobrou životní úroveň vlastní domácnosti, pravicově orientovaní a rovněž domácnosti s dětmi. Naopak nikdy biopotraviny nenakupují častěji lidé starší 60 let, dotázaní se základním vzděláním, respondenti hodnotící životní úroveň své domácnosti jako špatnou, důchodci, nekvalifikovaní dělníci a z hlediska politické orientace lidé hlásící se k levíci. Zároveň není překvapivé, že lidé, kteří se obecně o téma biopotravin zajímají, je nakupují i výrazně častěji než ti, kteří o téma biopotravin nejeví zájem.

Graf 2: Frekvence nakupování bio potravin (%)¹¹



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Potraviny 15. – 31. 8. 2020, 979 respondentů starších 15 let, osobní rozhovor.

Lidem, kteří ve výzkumu uvedli, že biopotraviny nakupují alespoň zřídka, jsme položili několik dalších otázek. První otázka zjišťovala, jak často tito lidé dávají přednost potravinám s označením „BIO“ před těmi, které toto označení nemají. Necelá polovina (47 %) respondentů uvedla, že potravinám s označením „BIO“ dává přednost před těmi bez tohoto označení pouze zřídka, dalších 7 % nikdy. Na druhé straně přibližně třetina (34 %) jim dává přednost občas, desetina (10 %) často a pouhé 1 % dotázaných uvedlo, že biopotravinám dává přednost vždy. Stejný podíl (tedy 1 %) respondentů zvolilo odpověď „nevím“.

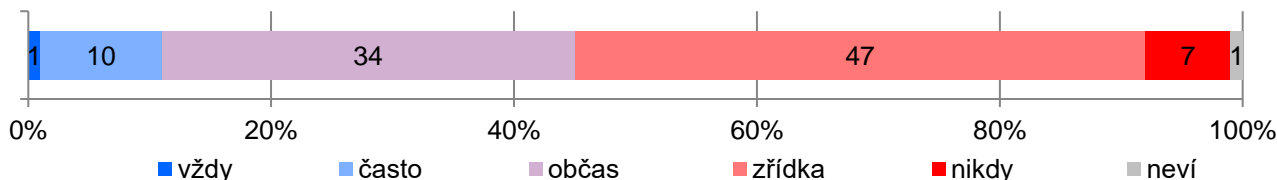
⁹ Znění otázky v roce 2020: „Zajímáte se Vy osobně o téma biopotravin? Velmi se zajímáte, spíše se zajímáte, spíše se nezajímáte, vůbec se nezajímáte.“ Znění otázky v roce 2017: „Zajímáte se Vy osobně o informace o biopotravinách? Rozhodně se zajímáte, spíše se zajímáte, spíše se nezajímáte, rozhodně se nezajímáte.“

¹⁰ Hughner, R. S., et al. 2007. Who are organic food consumers? A compilation and review of why people purchase organic food. *Journal of Consumer Behaviour*. John Wiley and Sons, Ltd.

¹¹ Znění otázky: „Jak často nakupujete bio potraviny? Vždy, často, občas, zřídka, nikdy.“

Analýza z pohledu sociodemografických charakteristik respondentů ukázala, že potravinám s označením „BIO“ dávají častěji přednost ženy, lidé ve věku 20 až 44 let a dotázaní s dobrou životní úrovní vlastní domácnosti.

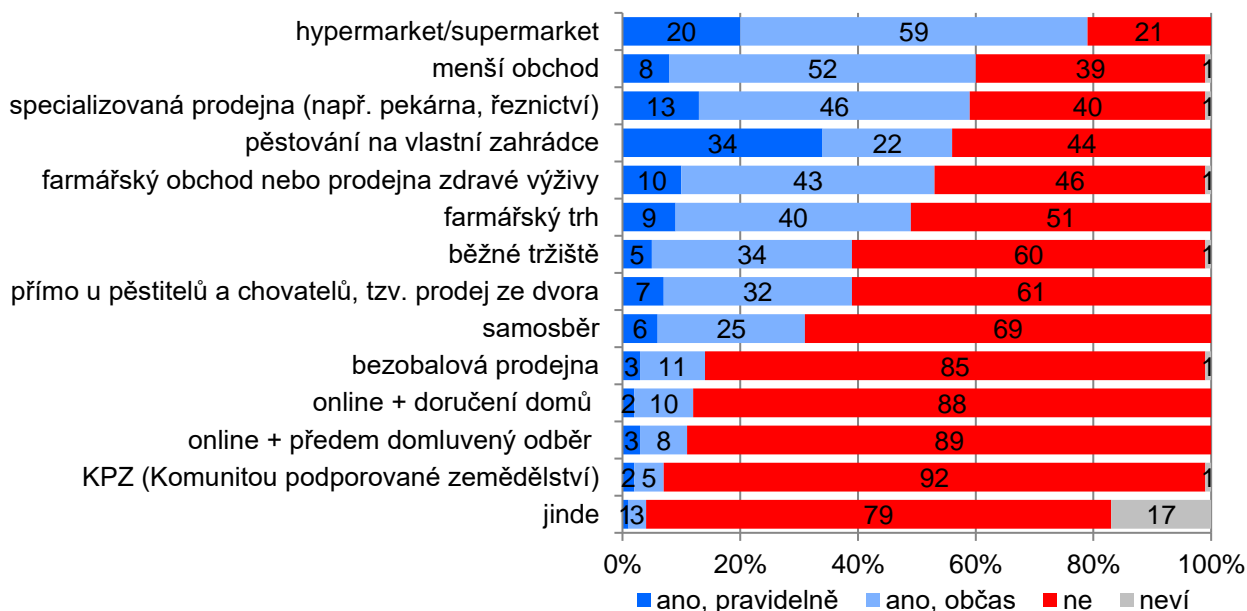
Graf 3: Jak často lidé dávají přednost biopotravinám (% , pouze ti, kteří alespoň zřídka nakupují biopotraviny)¹²



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Potraviny 15. – 31. 8. 2020, 456 respondentů starších 15 let, kteří uvedli, že alespoň zřídka nakupují biopotraviny, osobní rozhovor.

Následně jsme se ptali, kde dotázaní biopotraviny nakupují. Z grafu 4 můžeme vidět, že jednoznačně nejčastějším místem je hypermarket/supermarket, kde alespoň občas nakupují biopotraviny téměř čtyři pětiny (79 %) dotázaných. Více než polovina dotázaných nakupuje alespoň občas biopotraviny také v menším obchodě (60 %), specializované prodejně, např. pekárně či řeznictví (59 %), farmářském obchodě nebo prodejně zdravé výživy (53 %) nebo si je pěstuje na vlastní zahrádce (56 %, z toho 34 % uvedlo, že pravidelně). Poměrně populární místo pro nákup biopotravin představuje i farmářský obchod, kam necelá polovina (49 %) dotázaných alespoň občas pro biopotraviny zajde, necelé dvě pětiny (39 %) dotázaných pak alespoň občas chodí biopotraviny nakupovat na běžné tržiště nebo přímo k pěstitelům a chovatelům. Samosběr jako formu nákupu biopotravin alespoň občas využívá necelá třetina (31 %) dotázaných. Ostatní možnosti už pak lidé pro nákup biopotravin využívají výrazně méně často (bezobalová prodejna 14 %, online + doručení domů 12 %, online + předem domluvený odběr 11 %, KPZ 7 %). Z jiných míst, které měli respondenti možnost uvést, se nejčastěji objevovalo od rodičů, známých, příbuzných, sousedů či přátel.

Graf 4: Kde dotázaní nakupují biopotraviny (v %, pouze ti, kteří alespoň zřídka nakupují biopotraviny)¹³



Pozn.: Položky seřazeny sestupně podle součtu odpovědí „ano, pravidelně“ a „ano, občas“.

Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Potraviny 15. – 31. 8. 2020, 456 respondentů starších 15 let, kteří uvedli, že alespoň zřídka nakupují biopotraviny, osobní rozhovor.

¹² Znění otázky: „Jak často dáváte při nákupu přednost potravinám, které mají označení „BIO“ před těmi, které toto označení nemají? Vždy, často, občas, zřídka, nikdy“

¹³ Znění otázky: „Nakupujete biopotraviny na následujících místech? a) Hypermarket/supermarket, b) menší obchod, c) specializovaná prodejna (např. pekárna, řeznictví), d) farmářský obchod nebo prodejna zdravé výživy, e) farmářský trh, f) přímo u pěstitelů a chovatelů, tzv. prodej ze dvora, g) běžné tržiště, h) bezobalová prodejna, i) online + doručení domů (např. Rohlík.cz, Košík.cz), j) online + předem domluvený odběr (např. freshbedynky.cz, ebiopotraviny.cz), k) KPZ (Komunitou podporované zemědělství), l) samosběr (tj. osobní sběr na určitém místě v předem domluveném termínu), m) pěstujete na vlastní zahrádce, n) jinde.“ Varianty odpovědí: ano, pravidelně; ano, občas; ne.

Poslední otázka byla věnována důvodům, proč lidé biopotraviny nakupují. K nákupu biopotravin jsou lidé přirozeně motivováni různými důvody. V zahraničních studiích nejčastěji převažuje zdůvodnění, že biopotraviny jsou zdravější než potraviny bez tohoto označení (např. chemicky ošetřené), jelikož používání pesticidů je vnímáno jako věc s dlouhodobými a zatím nejasnými účinky na lidské zdraví.¹⁴ Celkově převažovaly důvody konzumace biopotravin, které lze označit jako egoistické (např. osobní zdraví či výživová hodnota) spíše než altruistické (např. zájem o životní prostředí a životní podmínky zvířat).¹⁵ Tomu odpovídají i výsledky našeho výzkumu, jak můžeme vidět v tabulce 1. Respondentům byla položena otázka¹⁶, ve které mohli vybrat až tři hlavní důvody, proč biopotraviny nakupují. Celkem jsme dostali 1 285 odpovědí.

Nejčastěji uváděné důvody lze spojit právě se zmíněným osobním zdravím. Zdaleka nejvíce zastoupeným důvodem byla skutečnost, že biopotraviny jsou bez chemického ošetření (20 %). Mezi další důležité důvody, proč lidé nakupují biopotraviny, patří, že jsou kvalitnější, chutnější a čerstvější. Ostatní důvody jsou již méně časté (uvědla je vždy méně než desetina dotázaných). Právě mezi méně časté důvody patří altruistické důvody, např. že produkce biopotravin je šetrnější k životnímu prostředí, že jsou zárukou toho, že zvířata byla chována v dobrých podmínkách či že nákupem můžeme podpořit místní region/zemědělce. Co se týká jiných důvodů, tak vícekrát se opakovala odpověď, že jsou často ve slevě.

Tabulka 1: Důvody pro nákup bio potravin (pouze ti, kteří alespoň zřídka nakupují biopotraviny)

	Četnost	Procenta (%)
jsou bez chemického ošetření	269	20
jsou kvalitnější	186	14
lépe chutnají	136	11
jsou čerstvější	123	10
chci žít zdravě	97	8
jejich produkce je šetrnější k životnímu prostředí	84	6
jsou v přirozené podobě	75	6
jsou zárukou toho, že zvířata byla chována v dobrých podmínkách	73	6
nejsou geneticky modifikované	60	5
chci podpořit místní zemědělce	52	4
jsou zralejší	48	4
chci podpořit vlastní region	37	3
lidé v mém okolí si je kupují	12	1
jiný důvod	17	1
neví	16	1

Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Potraviny 15. – 31. 8. 2020, 1 285 odpovědí, 456 respondentů starších 15 let, kteří uvedli, že alespoň zřídka nakupují biopotraviny, osobní rozhovor.

¹⁴ Hammit, J. K. (1990). Risk perception and food choice: An exploratory analysis of organic versus conventional produce buyers. *Risk Analysis*, 10: 367-374.

¹⁵ Hughner, R. S., et al. (2007). Who are organic food consumers? A compilation and review of why people purchase organic food. *Journal of Consumer Behaviour*. John Wiley and Sons, Ltd

¹⁶ Znění otázky: „Vyberte, prosím, tři hlavní důvody, proč nakupujete bio potraviny.“ Možnosti odpovědí uvedeny v tabulce 1.

Technické parametry výzkumu

Výzkum:	Potraviny 2020
Realizátor:	Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav AV ČR, v.v.i.
Projekt:	Strategie AV21 „Potraviny pro budoucnost“
Termín terénního šetření:	15. 8. – 31. 8. 2020
Výběr respondentů:	Kvótní výběr
Kvóty:	Kraj (oblasti NUTS 3), velikost místa bydliště, pohlaví, věk, vzdělání
Vážení dat:	Vzdělání X NUTS 2, věk X NUTS 2, pohlaví X kraj, velikost místa bydliště X věk, vzdělání X věk
Zdroj dat pro kvótní výběr a vážení dat:	Český statistický úřad
Reprezentativita:	Obyvatelstvo ČR ve věku od 15 let
Počet dotázaných:	979
Počet tazatelů:	161
Metoda sběru dat:	Osobní rozhovor tazatele s respondentem – kombinace dotazování CAPI a PAPI
Výzkumný nástroj:	Standardizovaný dotazník
Otázky:	PL.33, PL.34, PL.35, PL.36, PL.45
Kód zprávy:	OR201119
Zveřejněno dne:	19. listopadu 2020
Zpracovala:	Radka Hanzlová

Slovníček pojmů:

Kvótní výběr – napodobuje strukturu základního souboru (u nás je to obyvatelstvo České republiky starší 15 let) pomocí nastavení velikosti vybraných parametrů, tzv. kvót. Jinými slovy kvótní výběr je založen na stejném procentuálním zastoupení vybraných vlastností. Pro tvorbu kvót používáme údaje z Českého statistického úřadu. V našich výzkumech jsou stanoveny kvóty na pohlaví, věk, vzdělání, region a velikost obce. Vzorek je tedy vybrán tak, aby procentuální podíl např. mužů a žen ve vzorku odpovídal procentuálnímu podílu mužů a žen v každém kraji ČR. Podobně je zachován procentuální podíl obyvatel jednotlivých krajů ČR, občanů různých věkových kategorií, lidí s různým stupněm dosaženého vzdělání a z různých velkých obcí.

Reprezentativní výběr je takový výběr z celé populace, z jehož vlastností se dá platně usuzovat na vlastnosti celé populace. V našem případě to tedy znamená, že respondenti jsou vybráni tak, abychom zjištěné údaje mohli zobecnit na obyvatele České republiky starší 15 let.

Vážení dat – způsob zvýšení reprezentativity souboru vzhledem k vybraným charakteristikám populace pomocí přiřazení váhy každému respondentovi. Váhy jsou vytvářeny pomocí metody iterativního proporčního vážení a pohybují se v rozsahu 0,333 až 3.

Centrum pro výzkum veřejného mínění (CVVM) je výzkumným oddělením Sociologického ústavu AV ČR, v.v.i.. Jeho historie sahá do roku 1946, kdy jako součást Ministerstva informací začal fungovat Československý ústav pro výzkum veřejného mínění. Současné Centrum vzniklo v roce 2001 převedením svého předchůdce (IVVM) z Českého statistického úřadu do Sociologického ústavu AV ČR, v.v.i.. Včlenění do vědecké instituce zaručuje kvalitní odborné zázemí a kredit pracoviště; jako součást akademického prostředí musí CVVM SOÚ AV ČR splňovat veškeré nároky a dosahovat tak té nejvyšší odborné úrovně. Hlavní náplní práce oddělení je výzkumný projekt Naše společnost, v jehož rámci je prováděno deset šetření ročně. Jedná se o průzkum veřejného mínění na reprezentativním vzorku české populace od 15 let, kterého se vždy účastní přibližně 1000 respondentů. Omnibusová podoba dotazníku umožňuje pokrýt velkou šíři námětů, a do šetření jsou proto pravidelně řazena politická, ekonomická i další obecně společenská témata. Jsou využívány jak opakované otázky, které umožňují sledovat vývoj zkoumaných jevů, tak náměty nové, reagující na aktuální dění. Díky dlouhodobému a kontinuálnímu charakteru je tento vědecký projekt zkoumání veřejného mínění v České republice ojedinělý.

„Aktivita byla podpořena Strategii Akademie věd AV21 v rámci výzkumného programu „Potraviny pro budoucnost“.
<http://www.potravinav21.cz/>