



Tisková zpráva

Vnímaný vliv potravin na životní prostředí a postoje k obalovým materiálům – Potraviny 2025

- ⊗ Dvě pětiny (39 %) českých občanů se zajímají o problematiku obalů, ve kterých nakupují potraviny. Tři pětiny (60 %) uvádí opačný postoj.
- ⊗ Polovina (51 %) dotázaných se při nákupu potravin cíleně nevyhýbá žádnému z obalových materiálů, pokud se ale některému lidé vyhýbají, jde nejčastěji o plasty (31 %), druhým nejčastějším materiálem je hliník (12 %).
- ⊗ Nejpodstatnějším zohledňovaným hlediskem při nákupu potravin je stabilně cena, kterou zařadila na první místo téměř polovina (47 %) dotázaných. Následovalo složení (24 %) a původ potraviny (20 %). Nejméně podstatné jsou pro výběr způsob chovu/pěstování a obalový materiál výrobku.
- ⊗ Z aktivit domácností mířených na ochranu životního prostředí uvedli respondenti nejčastěji třídění běžného odpadu, což vždy nebo často praktikuje 92 % z nich. Na druhém místě je používání vlastní nákupní tašky (90 %) a na třetím kompostování (63 %). Nejméně časté jsou naopak nákupy ovoce a zeleniny do tzv. nekonečných sáčků (24 %) a zcela bezobalové nákupy (2 %).
- ⊗ Téměř tři pětiny (58 %) dotázaných považují dopad výroby nakupovaných potravin na životní prostředí za důležitý. Opačný názor má 39 % dotázaných. Od roku 2022 se ukazuje mírný nárůst podílu lidí, považujících dopad výroby potravin na životní prostředí za důležitý.

Zpracovala:

Monika Kyselá

Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav AV ČR, v. v. i.

Tel.: 210 310 587; e-mail: monika.kysela@soc.cas.cz



Ve výzkumu Potraviny 2025 CVVM SOÚ AV ČR zjišťovalo názory a postoje české veřejnosti k nakupování potravin, obalovým materiálům a preferencím týkajícím se nákupů. V této části výzkumu jsme se zaměřili na nákupní chování vzhledem k životnímu prostředí, nakupování podle či bez obalu nebo jak relevantní je pro české občany zvažovat dopad výroby potravin na životní prostředí.

Názory a postoje k potravinovým obalům

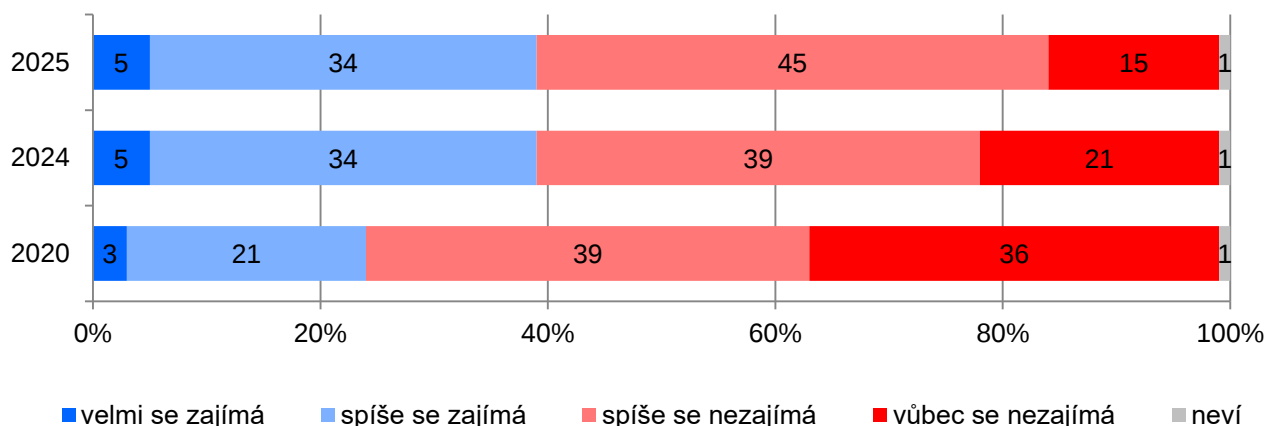
Vedle otázek mířených přímo na nákupy a potraviny samotné jsme se ve výzkumu tematicky zaměřili na problematiku potravinových obalů a vnímání otázek životního prostředí v kontextu spotřeby potravin. Respondentům, kteří alespoň někdy nakupují potraviny, jsme položili otázku, zda se zajímají o to, v jakých obalech potraviny nakupují.¹ Jak můžeme vidět z grafu 1, dvě pětiny (39 %) českých občanů se o problematiku obalů, ve kterých nakupují potraviny, zajímají. Z toho 5 % se o obaly, v nichž nakupuje potraviny, zajímá velmi a 34 % spíše. Oproti tomu tři pětiny (60 %) dotázaných uvádí, že se o problematiku obalů, ve kterých nakupují potraviny, nezajímají (45 % „spíše se nezajímá“, 15 % „vůbec se nezajímá“).

V porovnání s rokem 2020, kdy byla otázka poprvé dotazována, vidíme výrazný nárůst podílu zájímajících se o obaly potravin. Zatímco v roce 2020 šlo o 24 %, v aktuálním šetření skupina zájímajících se čítá o 15 p. b. více lidí, zároveň

¹ Znění otázky: „Zajímáte se o problematiku obalů, ve kterých nakupujete potraviny? Velmi se zajímáte, spíše se zajímáte, spíše se nezajímáte, vůbec se nezajímáte.“

výrazný úbytek vidíme ve skupině „vůbec se nezajímá“ (pokles o 21 p. b.). V porovnání se situací před rokem zůstal podíl zajímavějších se srovnatelný, zaznamenali jsme ale další pokles podílu těch, které se o problematiku potravinových obalů vůbec nezajímají.

Graf 1: Zájem české veřejnosti o problematiku obalů (v %, pouze ti, kteří nakupují potraviny)



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Naše společnost a Panel Naše společnost, Potraviny.

Detailní analýza ukázala, že zájem o problematiku obalů, ve kterých nakupují potraviny, méně často projevují lidé, kteří mají základní či střední vzdělání bez maturity a ti, jejichž domácnost vychází s příjmy obtížně či spíše obtížně.

Vyšší zájem vykazují ženy (44 %, muži 35 %), přičemž stojí za pozornost, že se za uplynulé roky se zájem o téma potravinových obalů zejména u mužů značně zvýšil (v roce 2020 ženy 30 %, muži 18 %). Častěji se také o obaly zajímají dotázaní, kteří považují plýtvání potravinami za velký problém, zohledňují při nákupu dopad výroby potravin na životní prostředí, a také lidé vědomě se zaměřující na praktiky předcházející vzniku potravinového odpadu.

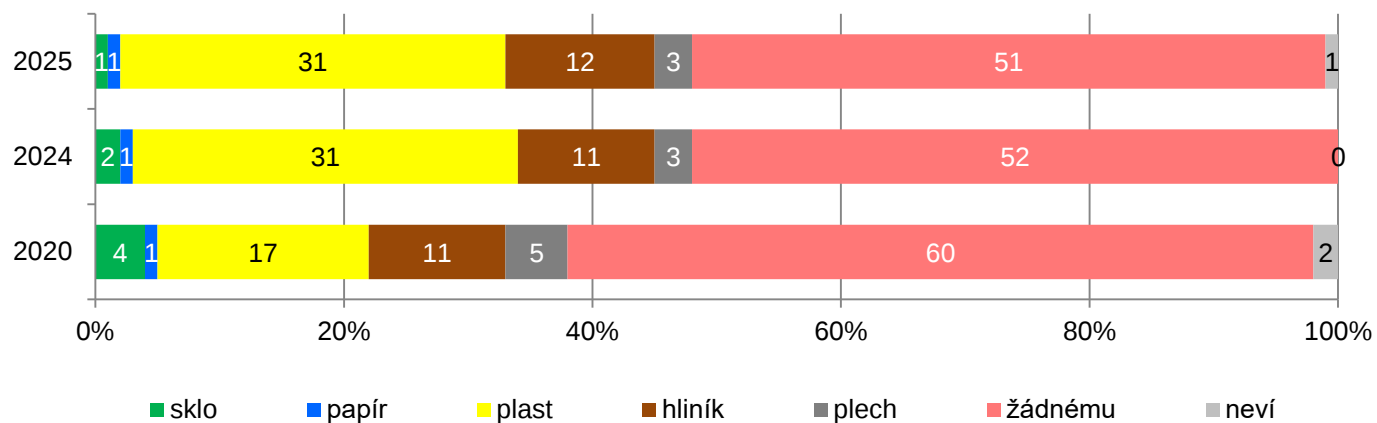
Další otázkou jsme zjišťovali, zda se respondenti snaží některému obalovému materiálu vyhýbat.² Graf 2 ukazuje, že ve více než polovině případů (51 %) dotázaní uvádí, že se žádnému obalovému materiálu nevyhýbají. Konkrétní materiál uvedla necelá polovina (48 %) dotázaných, přičemž nejvíce zmiňovaným byl plast (31 %), poté následoval hliník (12 %), plech (3 %), nejméně časté bylo sklo (1 %) a také papír (1 %).

Oproti šetření z roku 2020, kde jsme tuto otázku zařadili poprvé, vidíme značný úbytek respondentů, kteří se žádnému obalovému materiálu nevyhýbají (z 60 % v roce 2020 na 51 % v roce 2025). Další změnu mezi výzkumy vidíme v podílu lidí vyhýbajících se plastovým obalům, kterých za posledních pět let přibýlo o 14 procentních bodů. Meziročně jsou podíly vyrovnané a ukazují, že aktuálně jsou preference českých spotřebitelů ve vztahu k potravinovým obalům poměrně stabilizované.

Lidé z věkových skupin 30 až 39 let a starší 65 let častěji uváděli, že není žádný obalový materiál, kterému by se vyhýbali. Naopak plastům se snaží více vyhýbat zejména dvě nejmladší věkové kategorie, tedy 15 až 29 let, což se částečně prolíná se skupinou studujících, dále lidé se středoškolským vzděláním s maturitou a dotázaní zajímaví se o dopad výroby potravin na životní prostředí a považující plýtvání potravinami za velký problém. Muži oproti ženám také častěji uváděli, že při nákupech potravin nezohledňují žádný z dotazovaných obalových materiálů. Ženy naopak výrazně častěji uvedly, že se snaží vyhýbat hliníkovým obalům (15 %, muži 8 %), což platilo ještě pro věkovou skupinu starších 65 let a důchodce.

² Znění otázky: „Snažíte se vyhýbat některému z těchto obalových materiálů? Pokud více materiálům, zajímá nás ten hlavní.“ Varianty odpovědí: sklo, papír, plast, hliník, plech, ne žádnému obalovému materiálu se nevyhýbáte.

Graf 2: Vyhýbání se některému obalovému materiálu (v %, pouze ti, kteří nakupují potraviny)

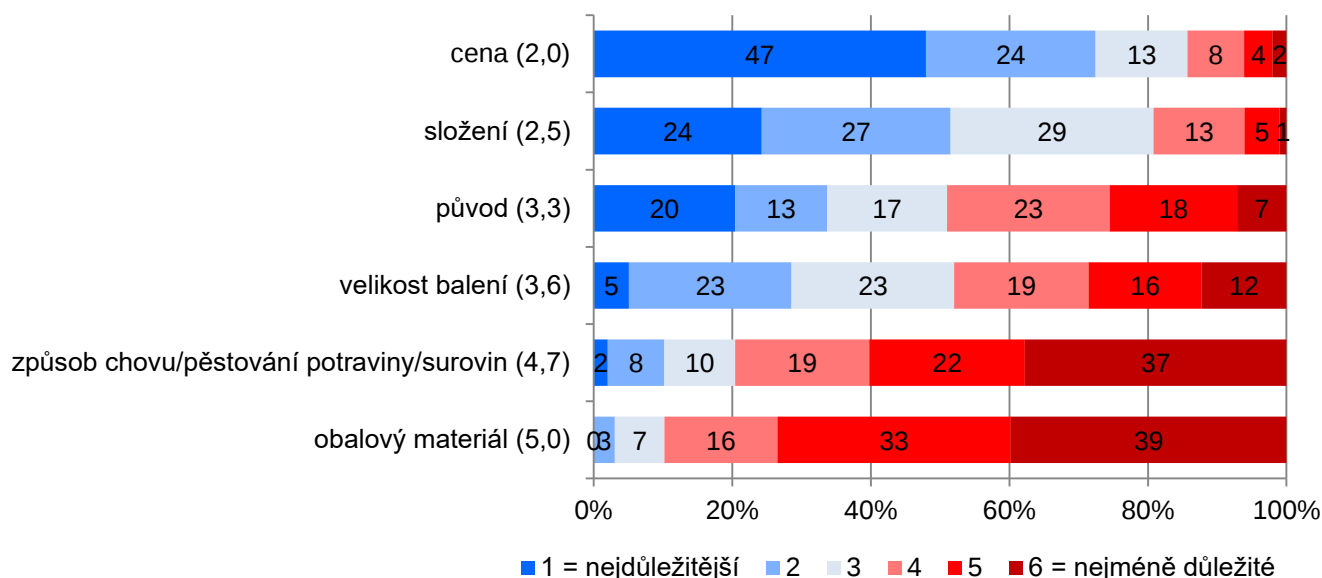


Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Naše společnost a Panel Naše společnost, Potraviny.

Jak nahlíží čeští občané na vliv potravin na životní prostředí?

V rámci bloku jsme respondentům předložili šest hledisek, která měli seřadit podle toho, jak jsou pro ně při nakupování potravin důležitá.³ Výsledky zobrazuje následující graf 3.

Graf 3: Pořadí důležitosti různých hledisek při nakupování potravin (v %, pouze ti, kteří nakupují potraviny)



Pozn.: Položky jsou řazeny podle průměrného hodnocení (v závorkách) od nejnižší průměrné hodnoty po nejvyšší. Údaje v grafu představují rozložení odpovědí při vyloučení odpovědí „neví“ tvořících 2 % v celém souboru.

Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Panel Naše společnost PNS_2503, 1037 respondentů starších 15 let, online dotazování CAWI + osobní dotazování CAPI.

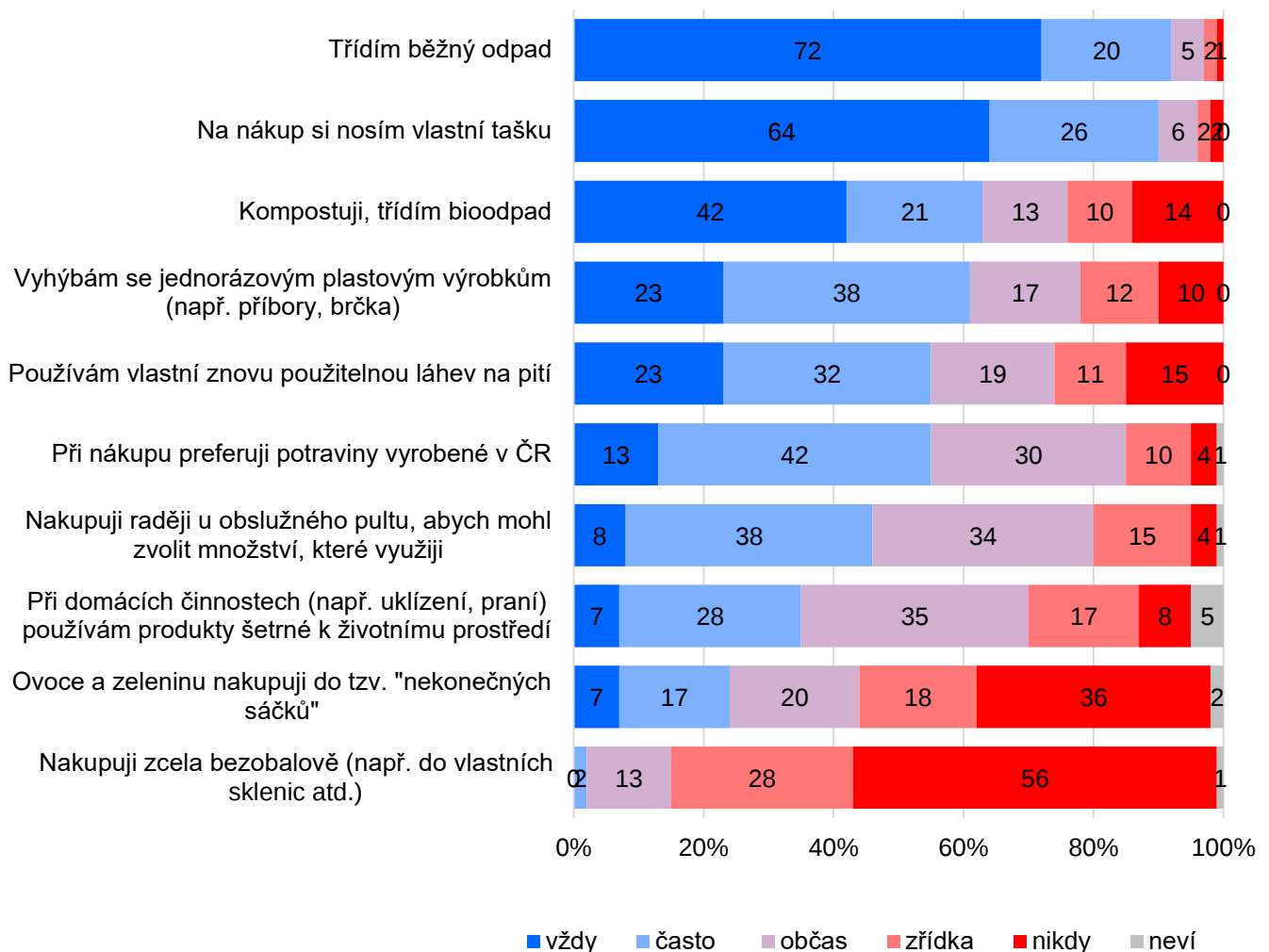
Jednoznačně nejdůležitějším hlediskem při nakupování potravin je, stejně jako v předchozích výzkumech z roku 2020 i 2024, jejich cena, kterou jako nejdůležitější označila skoro polovina (47 %) dotázaných. Necelá čtvrtina (24 %) dotázaných vidí při nakupování potravin jako nejvíce důležité jejich složení. Mezi další důležitá hlediska patří původ a velikost balení, u kterých je průměrná hodnota důležitosti přibližně 3,3 a 3,6 na škále 1 až 6, kde 1 znamená nejdůležitější a 6 nejméně důležité. Zbývajícím dvěma hlediskům – způsobu chovu/pěstování potraviny nebo jejich surovin a obalovému materiálu – nepřikládají lidé při nakupování příliš velkou důležitost. Způsob pěstování či chovu je nejméně důležitý pro necelé dvě pětiny dotázaných (37 %), u obalového materiálu je srovnatelně silně vyjádřená nedůležitost pro respondenty (39 %), nicméně průměrně je ještě méně důležitým hlediskem při nákupu potravin, neboť jej respondenti jen sporadicky řadili na některou z prvních 3 příček. Z výsledků je patrné, že pro českou veřejnost hrají při nakupování potravin hlavní roli ekonomické (cena) a kvalitativní (složení, původ) aspekty, zatímco etickým a ekologickým aspektům nepřikládají téměř žádnou důležitost, přičemž tyto preference jsou v posledních pěti letech stabilní.

V rámci výzkumu nás zajímaly i konkrétní aktivity, respektive chování respondentů a jejich domácností vzhledem k životnímu prostředí (viz graf 4). Absolutní většina českých domácností třídí běžný odpad (vždy nebo často 92 %). Co se týká nakupování, naprostá většina českých nakupujících si nosí na nákupy vlastní tašku (vždy nebo často 90 %) a necelé dvě třetiny dotázaných také uvádí, že vždy nebo často kompostují nebo jinak třídí bioodpad (63 %, z toho vždy 42 %). Poměrně rozšířené je také vyhýbání se jednorázovým plastovým výrobkům, jako jsou příbory či brčka (61 %).

³ Znění otázky: „Seřadte, prosím, následující možnosti podle toho, jak jsou pro Vás při nakupování potravin důležité. Postupujte, prosím, od nejvíce po nejméně důležité, kde 1 znamená nejdůležitější a 6 nejméně důležité.“ Možnosti odpovědi: a) původ, b) obalový materiál, c) cena, d) složení, e) velikost balení, f) způsob chovu/pěstování potraviny nebo jejich surovin.

Mezi frekventovanější aktivity patří ještě používání vlastní znovu použitelné lahve na pití, kterou používá vždy nebo často o málo více než polovina respondentů (55 %). Stejný podíl dotázaných (55 %) pak uvedl že vždy či často preferuje při nákupu potraviny vyrobené v naší zemi. Téměř polovina (46 %) dotázaných také vždy nebo často upřednostní nákup u obslužného pultu, aby si mohli sami zvolit množství potraviny, které skutečně využijí. Další aktivity jsou poměrně méně rozšířené, ať už jde o používání produktů šetrných k životnímu prostředí při domácích činnostech (35 % vždy nebo občas) nebo o nákupy do znovupoužitelných „nekonečných“ sáčků na ovoce či zeleninu (24 %). Naprosto nejmenší zastoupení má kompletně bezobalové nakupování, které jako výhradní (odpověď „vždy“) neuvědlo ani procento a často tento způsob nakupování praktikují pouhá 2 % dotázaných.

Graf 4: Aktivity domácností vzhledem k životnímu prostředí (%)⁴



Pozn.: Položky seřazeny sestupně podle součtu odpovědí „vždy“ a „často“.

Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Panel Naše společnost PNS_2503, 1037 respondentů starších 15 let, online dotazování CAWI + osobní dotazování CAPI. .

Praktikování jednotlivých aktivit, přispívajících k ochraně životního prostředí se liší zejména podle pohlaví, věku respondentů, případně velikosti jejich domácností, počtu dětí v domácnosti a pracovního statusu.

Ženy častěji používají vlastní opakovaně použitelnou láhev na pití, nosí na nákupy vlastní tašku a preferují české potraviny. Většinu činností vykazují častěji lidé starší 55 let, což platí pro využívání vlastní nákupní tašky i

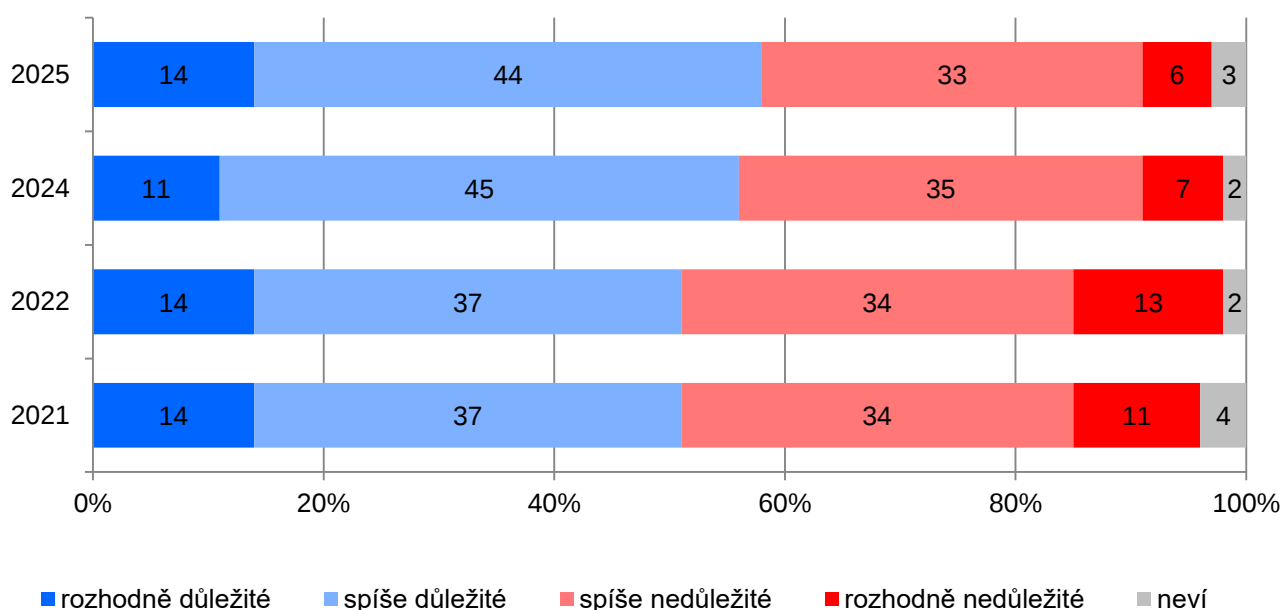
⁴ Znění otázky: „Pokud jde o Vaši domácnost, jak často děláte následující aktivity? a) Na nákup si nosíte vlastní tašku., b) Ovoce a zeleninu nakupujete do tzv. „nekonečných sáčků“, c) Používáte vlastní znovu použitelnou láhev na pití., d) Při domácích činnostech (např. uklízení, praní) používáte produkty šetrné k životnímu prostředí., e) Při nákupu preferujete potraviny vyrobené v České republice., g) Vyhýbáte se jednorázovým plastovým výrobkům (např. příbory, brčka), j) Třídíte běžný odpad., k) Třídíte bioodpad, kompostujete. l) Nakupujete potraviny zcela bez obalů (např. do vlastní sklenice, krabiček, textilního sáčku), m) Raději si vybíráte potraviny u obslužného pultu, protože si chcete zvolit přesné množství, které určitě využijete.“ Varianty odpovědí: nikdy, zřídka, občas, často, vždy.

„nekonečných“ sáčků, šetrných čisticích prostředků v domácnosti, vyhýbání se jednorázovým platovým výrobkům, třídění běžného odpadu, nákupům u obslužného pultu a tato věková skupina také nejčastěji uvedla, že preferuje české potraviny a třídí bioodpad nebo kompostuje. Z opačné strany lidé v mladších věkových skupinách 15 až 19 a 20 až 29 let častěji uváděli, že netřídí běžný odpad, dále méně často než ostatní preferují nákupy potravin vyrobených v ČR a méně nosí na nákupy vlastní tašku, nicméně jsou skupinou, která nejčastěji využívá vlastní znovu použitelné lahve na vodu, což značně souvisí i se statutem studenta. Kompostování a třídění bioodpadu se výrazně častěji objevovalo u obyvatel nejmenších obcí do 2 tisíc obyvatel, ve velkých městech lidé zase častěji nosí na nákup vlastní tašku a používají vlastní láhev na pití.

V našem výzkumu nás v kontextu nákupních zvyklostí a životního prostředí dále zajímalo, jestli dotázaní považují obecně za důležité, nebo nedůležité, jaký dopad na životní prostředí má výroba potravin, které nakupují.⁵ Dle výsledků v grafu 5 vidíme, že téměř tři pětiny (58 %) dotázaných v letošním šetření uvedly souhlasný názor, tedy že dopad výroby potravin, které kupují, na životní prostředí je pro ně při nákupu důležitý, z toho pro 14 % rozhodně a pro 44 % spíše. Opačný názor, tedy že dopad výroby nakupovaných potravin není důležitý, vyjádřilo 39 % dotázaných, z toho pro 33 % je spíše nedůležitý a pro 6 % rozhodně nedůležitý. Zbývajících 3 % dotázaných nedokázala odpovědět a zvolila variantu „nevím“.

Oproti výsledkům šetření z minulých let vidíme postupný mírný nárůst podílu lidí, kteří považují dopad výroby potravin na životní prostředí za důležitý (mezi lety 2021 a 2025 o 7 p. b.). Naopak úbytek je viditelný v případě skupiny, která dopad výroby potravin na životní prostředí nepovažuje za důležitý (pokles o 6 p. b. do roku 2021).

Graf 5: Důležitost dopadu výroby potravin na životní prostředí (v %, pouze ti, kteří nakupují potraviny)



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Naše společnost a Panel Naše společnost, Potraviny.

⁵ Znění otázky: „Je pro Vás při nákupu potravin důležité, nebo nedůležité, jaký je dopad jejich výroby na životní prostředí?“ Varianty odpovědí: rozhodně důležité, spíše důležité, spíše nedůležité, rozhodně nedůležité.

Technické parametry výzkumu

Výzkum:	Panel Naše společnost, PNS_2503
Realizátor:	Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav AV ČR, v. v. i.
Projekt:	Strategie AV21 „Udržitelná produkce a spotřeba potravin“
Termín terénního šetření:	14. 3. 2025 – 26. 3. 2025
Výběr respondentů:	Vícestupňový stratifikovaný náhodný výběr
Strata:	Kraj (NUTS 3), velikost místa bydliště
Opora výběru:	Registr sčítacích obvodů a budov
Zdroj pro vážení dat:	Designové váhy zohledňují počet osob v domácnosti a kalibrační váhy zohledňující křížení velikosti místa bydliště proti NUTS2, a dále věk, vzdělání, pohlaví
Zdroj dat pro vážení:	Český statistický úřad
Reprezentativita:	Obyvatelstvo ČR ve věku od 15 let
Počet dotázaných:	1037
Metoda sběru dat:	Online dotazování CAWI + osobní dotazování CAPI
Výzkumný nástroj:	Standardizovaný dotazník
Otázky:	PL_49, PL_50, PL_51, PL_55, PL_56
Kód tiskové zprávy:	or250606
Zveřejněno dne:	6. června 2025
Zpracoval:	Monika Kyselá

Slovníček pojmů:

Popis výběru respondentů do Panelu naše společnost – Respondenti panelu jsou získáváni pomocí vícestupňového stratifikovaného výběru skupin s opakováním. Oporou výběru je Registr sčítacích obvodů a budov (RSO). Strata výběru jsou kraje ČR křížené s velikostí obce (66 strat). V rámci každého strata je primární jednotka výběru obec. Při výběru obce je zohledňován její počet obyvatel (větší obec má větší pravděpodobnost výběru) a výběr umožňuje opakování výběru obce. V rámci obce je vždy vybráno náhodně 6 adres budov opět s pravděpodobností podle počtu obyvatel budovy (s opakováním). V budově je náhodně vybrána jedna domácnost (bez opakování) a v domácnosti je náhodně vybrán jeden její člen. Tento postup společně s designovými vahami zohledňujícími počet obyvatel domácnosti a post-stratifikačními vahami zajišťuje reprezentativitu výběru vzhledem k cílové populaci.

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 „Udržitelná produkce a spotřeba potravin“. <http://www.potravinavav21.cz/>