

PRODUKTY ZDRAVÉ VÝŽIVY NAKUPUJÍ ASPOŇ NĚKOLIKRÁT MĚSÍČNĚ SKORO DVĚ TŘETINY ČECHŮ

Téměř dvě třetiny internetových Čechů nakupují alespoň několikrát měsíčně potraviny spadající do kategorie zdravé výživy. Kupují je především kvůli jejich domnělé vyšší kvalitě, lepší chuti, ale také kvůli péči o své zdraví nebo kvůli dětem.

Výzkum realizovala výzkumná agentura Nielsen ve spolupráci s ResOLUTION Group na vzorku 500 respondentů české internetové populace z Českého národního panelu ve věku 15 let a více.

Zdravá výživa je poměrně komplexní pojem a také naši respondenti si pod ním představují celou škálu věcí: od ovoce a zeleniny, cereálií, ořechů a podobně až po pestrou stravu a vyvážený jídelníček. Pokud se jedná o produkty spojené se zdravou výživou, nakupuje je podle svých slov 63 % internetových Čechů **aspoň několikrát do měsíce**. Lehce častěji je nakupují ženy (66 %) než muži (61 %), a četnost nákupu stoupá s rostoucím stupněm vzdělání či naopak klesá s rostoucím věkem respondentů.



Pokud lidé zdravou výživu nakupují, tak nejčastěji v **supermarketech** (89 %). Slušné zastoupení ale mají také **lokální kamenné prodejny se zdravou výživou** (44 %) nebo (kamenné) **lékárny** (31 %).

Zdravou výživu Češi nakupují především z toho důvodu, že jsou přesvědčeni o **vyšší kvalitě těchto potravin** (52 %) a jejich **lepší chuti** (36 %). Od častějšího nákupu je ale v mnoha případech odrazuje jejich **vysoká cena** (73 %).



Co se týče znalosti značek výrobců zdravé výživy, nejlépe je na tom značka **EMCO**, kterou si jednak respondenti nejčastěji sami spontánně vybavili (14 %), ale také ji nejčastěji označovali ve výběru značek jako tu, která je jim známá, nebo o ní už slyšeli (69 %). Velice dobré (podpořené) znalosti se těší také značky **Nestlé** (64 %) či **Alpro** (61 %). Obecně platí, že vybrané značky výrobců zdravé výživy znají častěji ženy než muži, s výjimkou značky **Nutrend**, která má u obou pohlaví stejnou podpořenou znalost (33 %). U mužů se Nutrend dokonce těší větší oblibě: častěji by značku zařadili mezi ty, u kterých by o nákupu uvažovali,

častěji by pro ně byla tou jednou nejlepší značkou, kterou by nakonec k nákupu vybrali a také častěji u značky už v minulosti nějaký produkt zdravé výživy koupili.

Eliška Morochovičová

Communication Manager

eliska.morochovicova@nielsen.com

Nielsen Admosphere, a.s., Českobratrská 2778/1, 130 00 Praha

tel.: +420 222 717 763 | mob.: +420 725 612 020

www.nielsen-admosphere.cz

www.nielsen.com

Eva Sklenářová

Research Manager

eva.sklenarova@ressolution.cz

ResOLUTION Group, s.r.o., Antala Staška 1859/34, 140 00 Praha

tel.: +420 222 717 763

www.ressolution.cz

Doplňující informace:

Výzkumná agentura **Nielsen Admosphere** (www.nielsen-admosphere.cz) je 100% dceřinou společností globální skupiny Nielsen. Disponuje širokým portfoliem produktů a služeb v oblasti mediálních a marketingových výzkumů, monitoringu reklamy, analýz a zpracování dat. Zaměřuje se především na metodologicky a technologicky náročné projekty, jako je crossmediální elektronické měření sledovanosti videoobsahu. Na českém trhu působí od roku 2001 a nabízí komplexní servis spolehlivé výzkumné agentury s mezinárodním zázemím. Součástí Nielsen Admosphere je i oddělení Adwind Software, které vyvíjí software pro práci s daty z výzkumů sledovanosti a monitoringu reklamy.

ResOLUTION Group (www.ressolution.cz) je renomovaná česká výzkumná agentura s bohatými zkušenostmi v oblasti průzkumu trhu. V její nabídce naleznete marketingové a mediální výzkumy, z nichž řada má mezinárodní přesah. Zpracovává různorodá výzkumná šetření pro významné instituce, mezi něž patří například univerzity, bankovní a obchodní společnosti, televize, mediální domy, ministerstva i jiné státní instituce a podobně. ResOLUTION Group je také výhradním dodavatelem společnosti Nielsen Admosphere.

Český národní panel (nationalpanel.eu) je jedním z největších výzkumných panelů v Česku, na Slovensku (Slovenský národní panel – SNaP), v Polsku, v Maďarsku a v Bulharsku. Jeho spoluvlastníkem je výzkumná agentura Nielsen Admosphere. Panel slouží pro kvalitní a rychlé on-line sběry dat o internetové populaci. Disponuje početnou skupinou 60 000 respondentů v České republice, 25 000 respondentů na Slovensku, 30 000 v Polsku, 30 000 v Maďarsku a 15 000 v Bulharsku.

Jsme **PRO VÝZKUM**
NÁZORY MĚNÍ SVĚT

PRO VÝZKUM (www.provyzkum.cz) je veřejně prospěšná aktivita výzkumníků působících v prověřených agenturách pro výzkum trhu a veřejného mínění, jejíž aktivity koordinuje sdružení SIMAR. Iniciativy se účastní agentury, které se aktivně podílejí na tvorbě a dodržování etických a zákonných pravidel a akceptují oborové Desatero pro ochranu osobních údajů.