



Co jsme zjistili o českém „FOOD WASTE“ ...opět po roce

Vybrané výsledky aktuálního průzkumu
veřejného mínění pro konferenci

Říjen 2015



60 % populace tvrdí, že vyhazuje méně potravin než před 2 roky. Přesto však **4 z 10 lidí vyhazují potraviny alespoň několikrát měsíčně.** Nejčastějším důvodem vyhazování potravin je to, že jsou plesnivé či shnilé. Nejvíce lidé vyhazuje **ovoce, zeleninu či pečivo.**



Podle názoru populace by měli problematiku plýtvání potravin řešit **především lidé v domácnostech.** Dále se to ve větší míře očekává od **obchodních řetězců, potravinových firem či korporací a hotelů, restaurací nebo pohostinství.**



V rámci projektů či kampaní, které se věnují problematice potravinových ztrát a potravinového odpadu, **lidé nejčastěji znají Národní potravinovou sbírku.** Tu uvedlo **29 % populace.**



71 % lidí uvádí, že by balení o více velikostech mohla vést k omezení plýtvání potravinami. **73 % populace** je pak ochotno si za **kvalitní potraviny připlatit.**



83 % obyvatel by uvítalo více informací o tom, jak správně uchovávat potraviny. Nejčastěji by tímto **zdrojem informací** měli být podle lidí přímo **výrobci či dovozci potravin.**



Metoda sběru dat

CASI (Computer-Assisted Self Interviewing)
S využitím Ipsos online panelu



Cílové skupiny

Reprezentativní vzorek dospělé internetové populace 18-65 let
Kvóty na základě údajů ze Sčítání lidu, domů a bytů 2011



Velikost vzorku

1009 respondentů





Termín dotazování

Září 2015



Výzkumný nástroj

Strukturovaný dotazník o délce cca 10 minut

Použité symboly:  Statisticky signifikantně nižší oproti Totalu
 Statisticky signifikantně vyšší oproti Totalu

Detailní zjištění



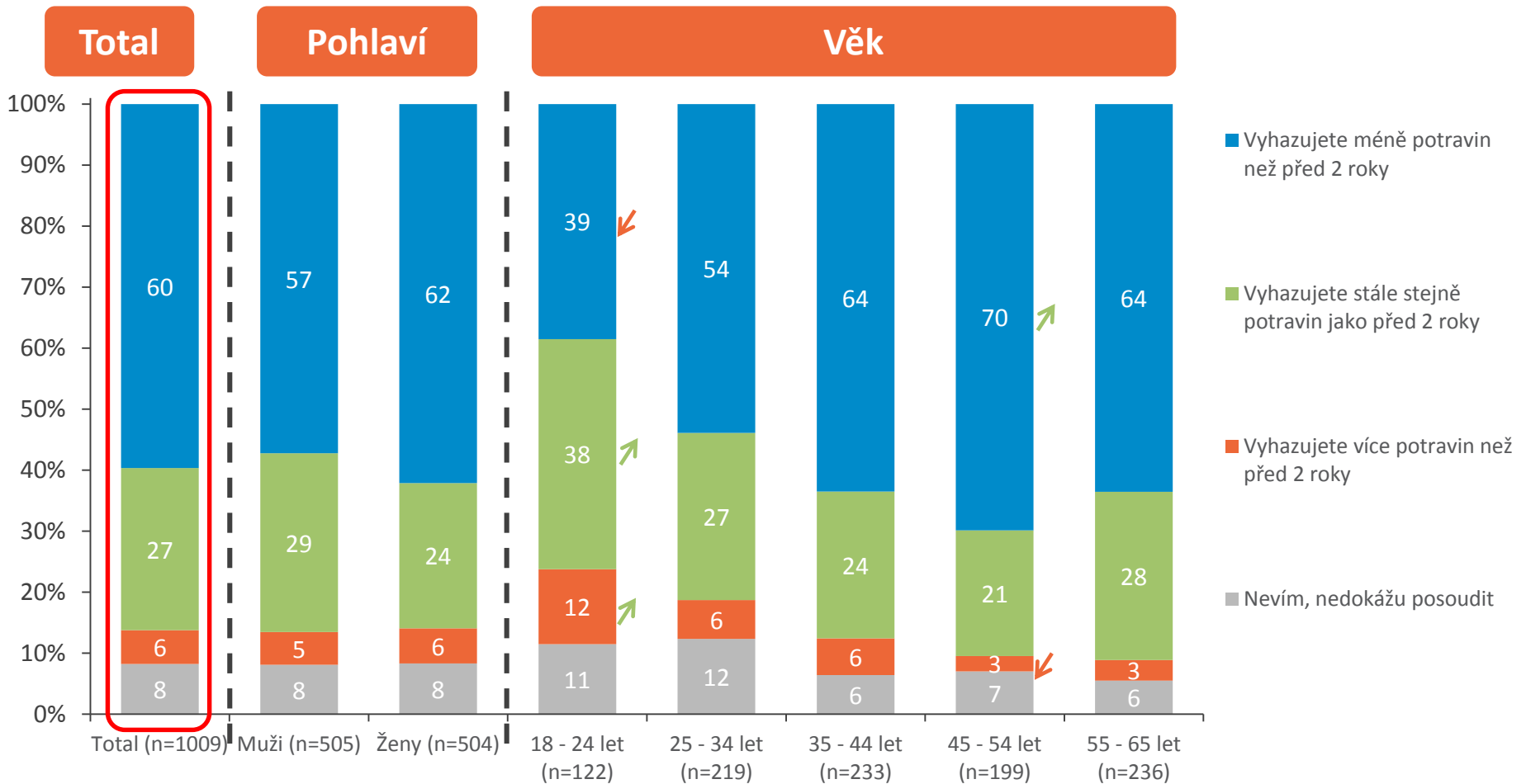


60 % populace vyhazuje méně potravin než před dvěma lety...

..přesto však 40 % lidí vyhazuje potraviny alespoň několikrát měsíčně a 7 % dokonce několikrát týdně

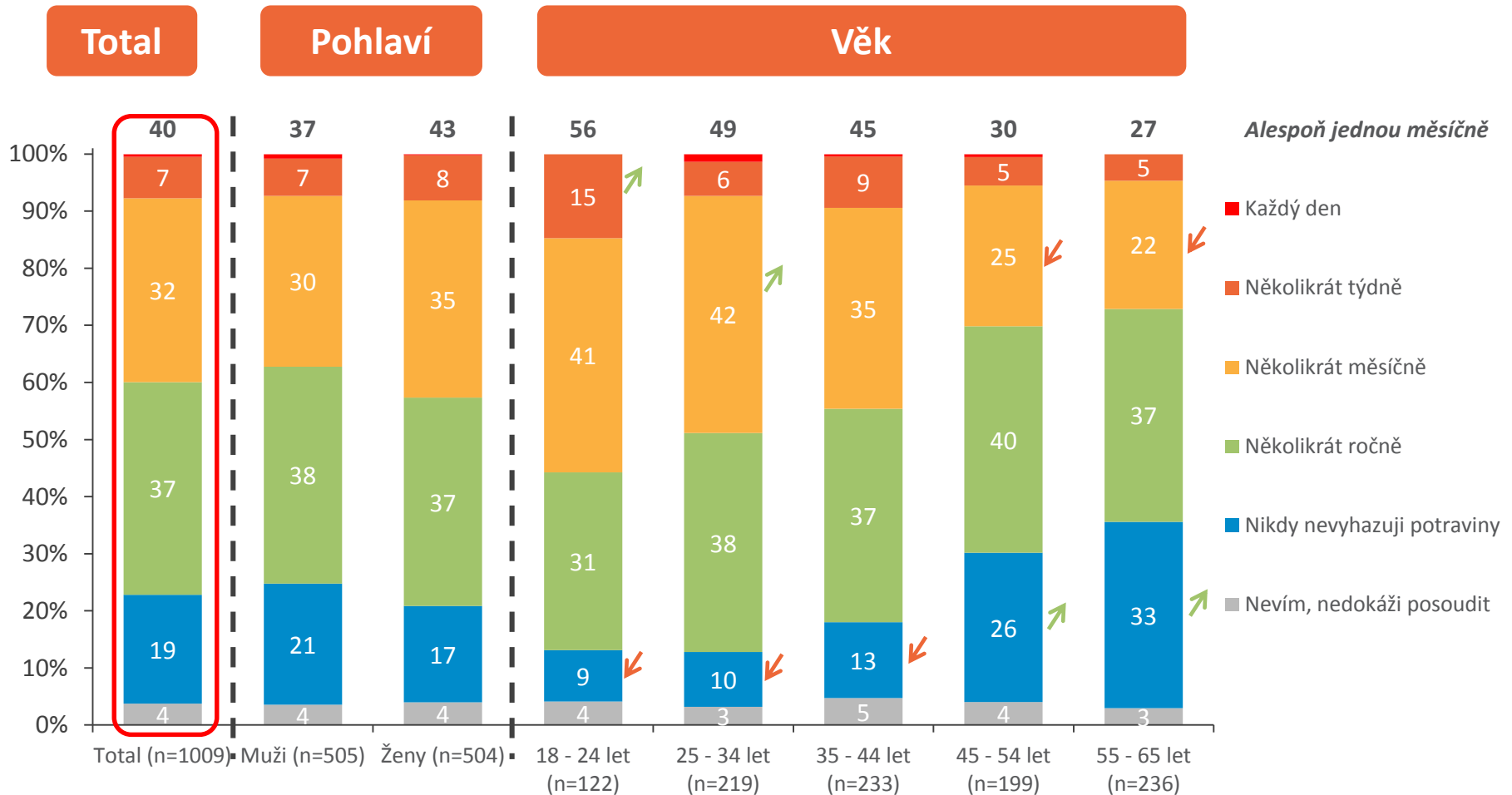
60 % lidí uvádí, že v současné době vyhazuje méně potravin než před dvěma roky. Největší podíl těch, co naopak vyhazují více potravin než před dvěma roky, je u lidí mezi 18-24 lety.

Q2. Pokud se podíváte z časového hlediska na hospodaření a vyhazování potravin ve Vaší domácnosti, myslíte si, že Vy osobně:



40 % populace vyhazuje potraviny několikrát měsíčně či častěji. 7 % populace dokonce vyhazuje potraviny několikrát týdně.

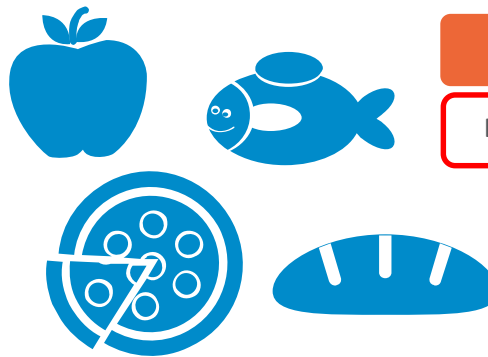
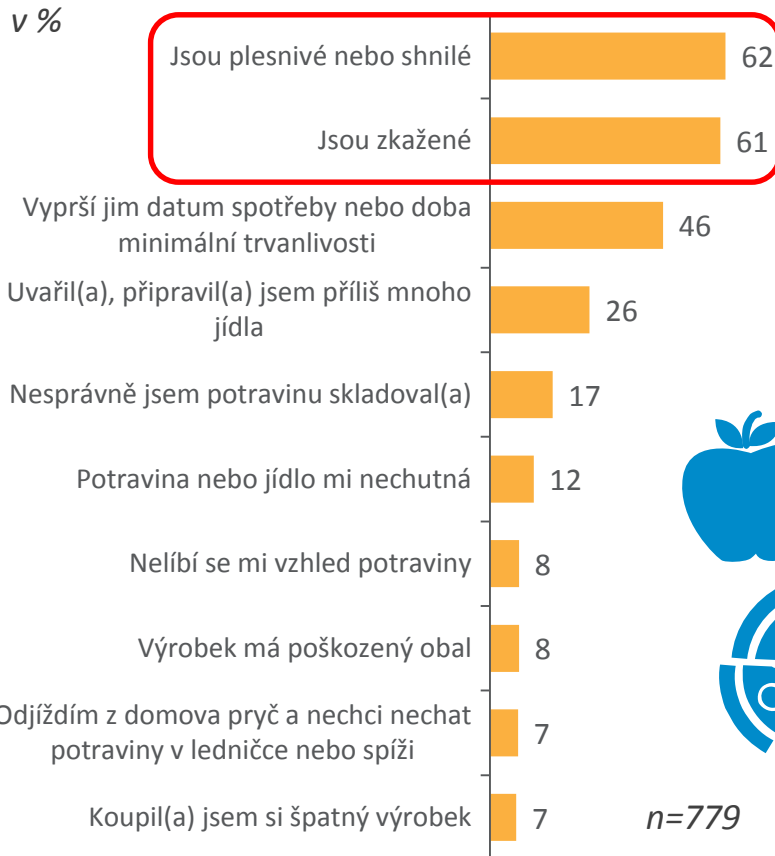
Q3. Jak často vyhazujete potraviny z Vaší ledničky nebo spíže?.



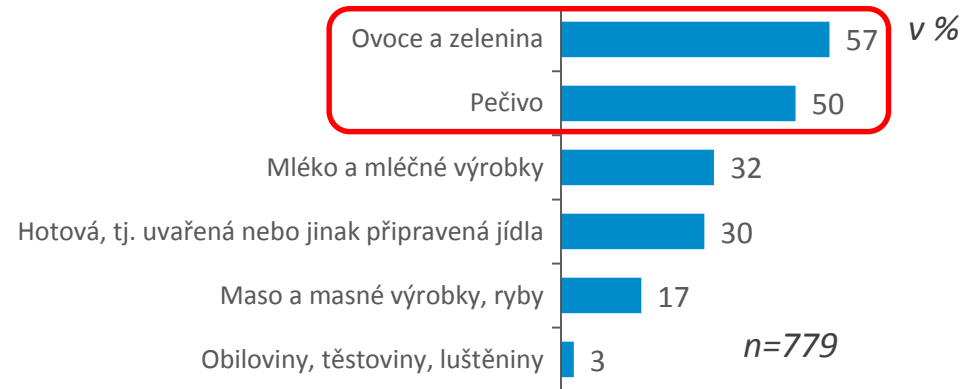
Nejčastějším důvodem vyhazování potravin je to, že jsou shnilé, plesnivé či zkažené. 6 z 10 lidí vyhazuje potraviny do směsného odpadu, přičemž jde nejčastěji o ovoce, zeleninu či pečivo.

Q4. Z jakých důvodů nejčastěji vyhazujete potraviny z Vaší ledničky nebo spíše? **Q5** Které potraviny nejčastěji ve Vaší domácnosti vyhazujete? **Q6.** Kam obvykle vyhazujete potraviny z Vaší domácnosti?

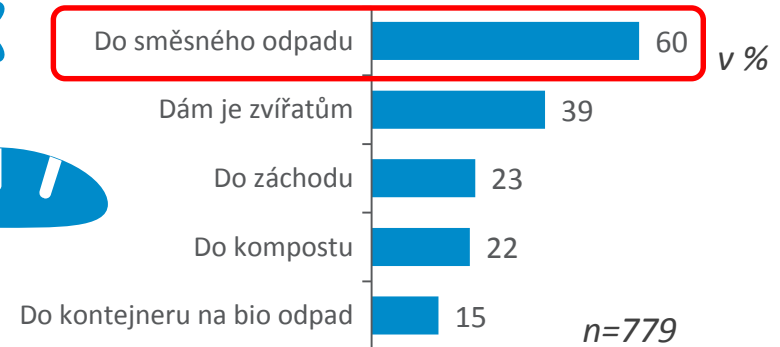
Důvody vyhazování potravin



Nejčastěji vyhazované potraviny



Místo vyhazování potravin



U všech otázek odpovídali pouze respondenti, kteří alespoň někdy vyhazují potraviny

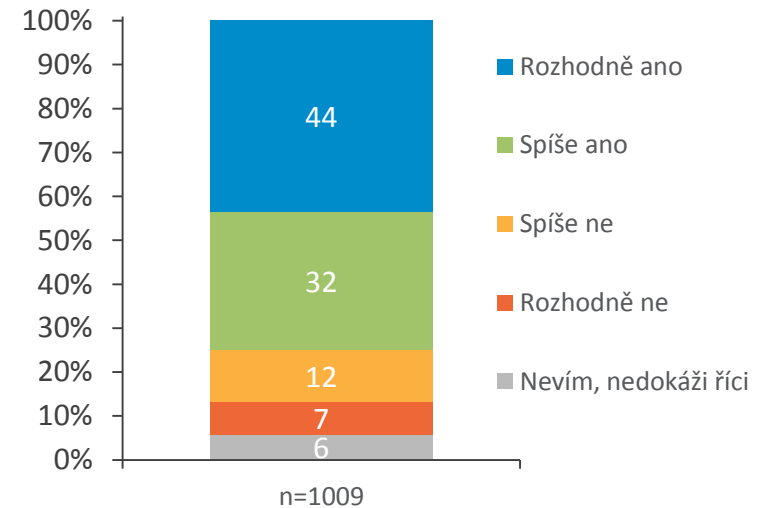
Plýtvání potravinami by dle populace pomohlo omezit lepší plánování domácnosti při nákupu potravin. Kontejner na bioodpad by ovlivnil ochotu třídít odpad u tří čtvrtin lidí.

Q7. Které kroky a opatření si myslíte, že by Vám osobně nebo Vaší domácnosti mohly pomoci omezit plýtvání potravinami? Q8. Pokud by byl blízko Vašeho bydliště umístěn kontejner na bio odpad, ovlivnilo by to Vaši ochotu třídít potravinový odpad?

Opatření k omezení plýtvání



Kontejner na bioodpad



Kontejner na bioodpad by více ovlivnil ochotu třídít odpad u lidí s větší velikostí místa bydliště

U otázky Q7. jsou uvedeni pouze respondenti, kteří alespoň někdy vyhazují potraviny (n=779)

Ještě více než plýtvání potravinami lidé považují za problém jejich nedostatečnou kvalitu...

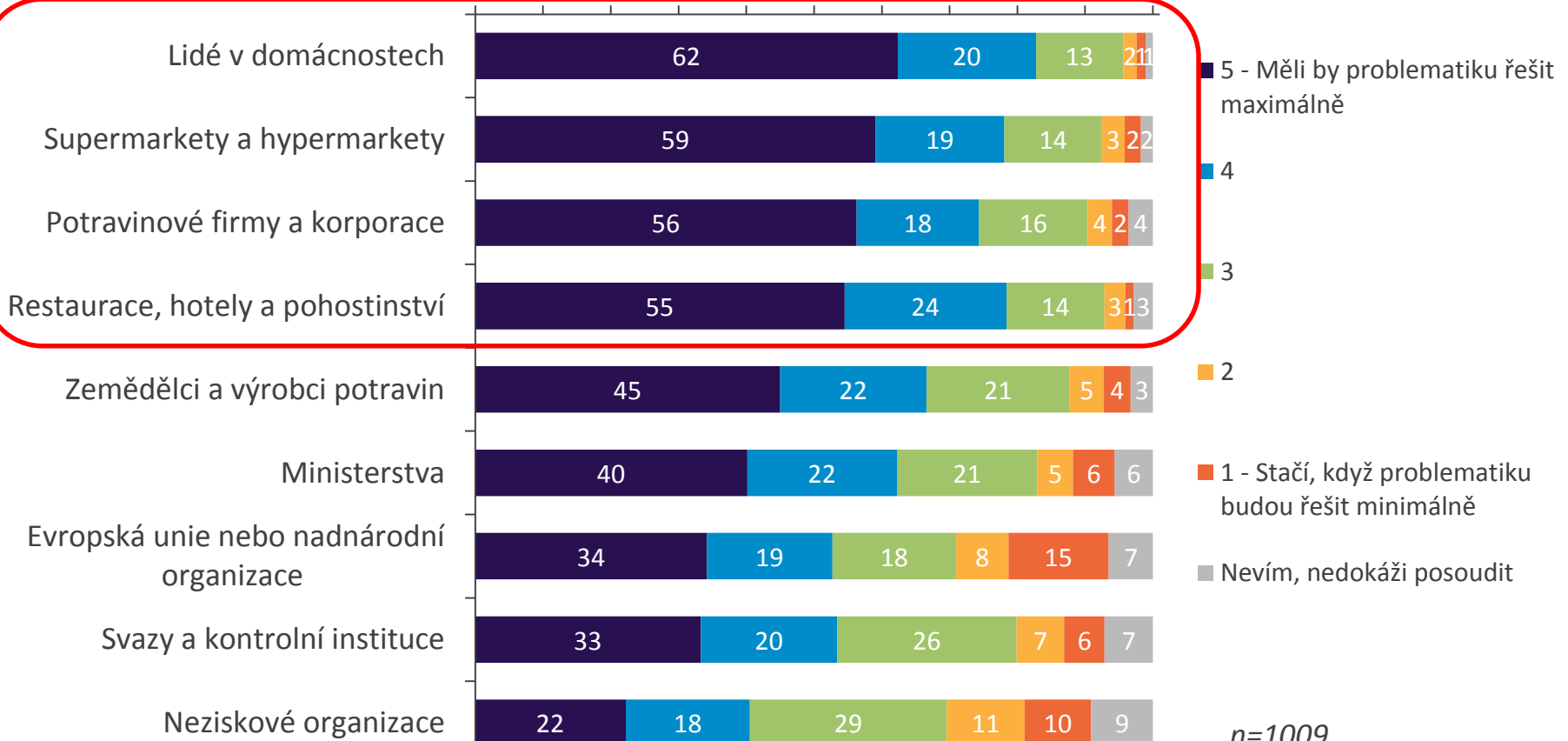
...přesto však 82 % populace souhlasí s tím, že by měly problém s plýtváním řešit domácnosti

Nejčastěji by měly problematiku plýtvání řešit samy domácnosti, následované super/hypermarkety, potravinovými firmami a restauracemi.

Q9. Do jaké míry by podle Vašeho názoru měly problematiku plýtvání potravinami v České republice řešit následující subjekty?

Požadovaná míra zapojení subjektů do problematiky plýtvání potravinami

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

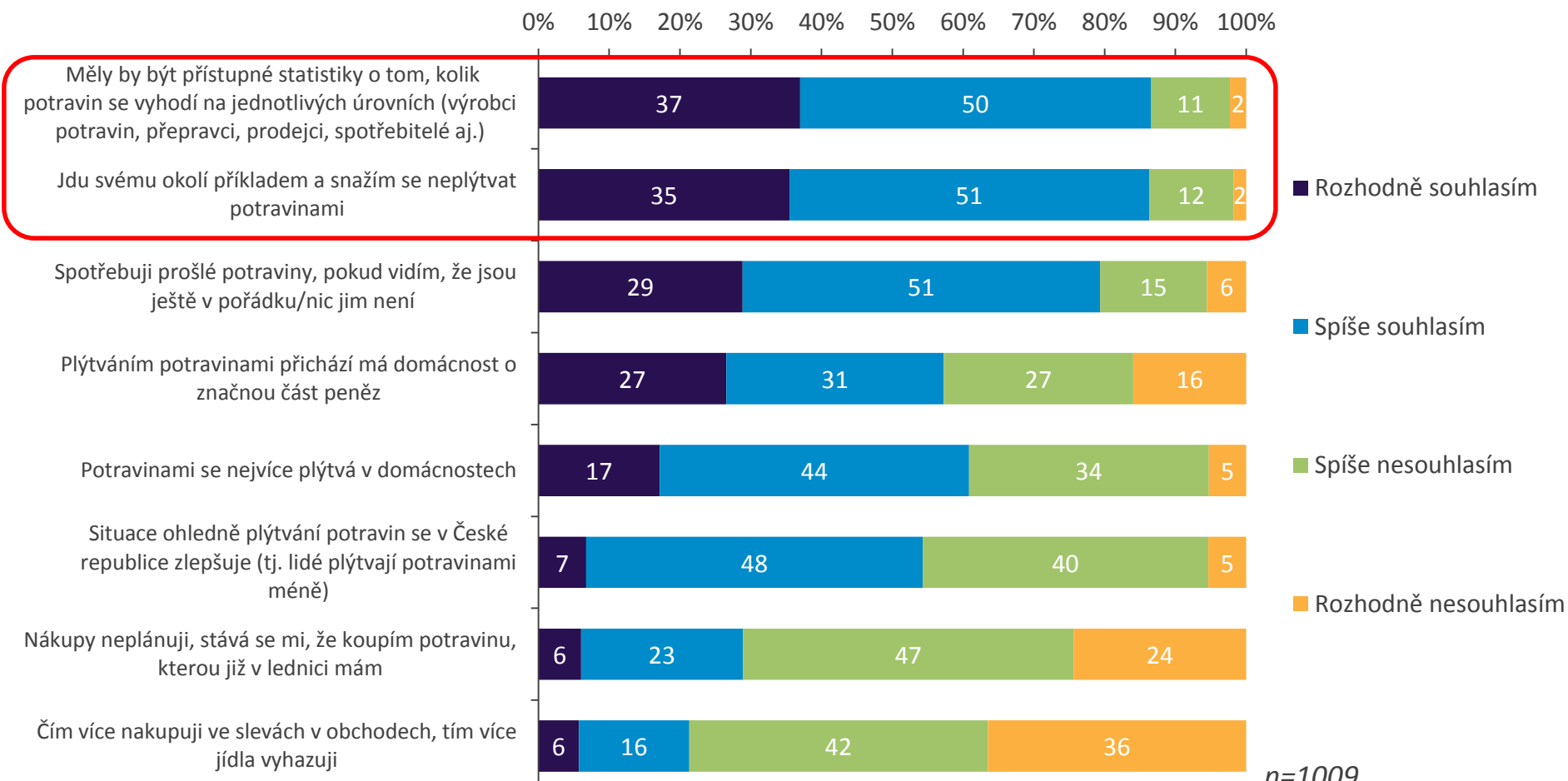


n=1009

Dle názoru populace by měli být přístupné statistiky o množství vyhozených potravin na jednotlivých úrovních. Často mají lidé pocit, že jdou svému okolí příkladem a neplýtvají potravinami.

Q10. Uvedte, prosím, do jaké míry souhlasíte s následujícími výroky týkajícími se vyhazování potravin.

Míra souhlasu s výroky týkající se vyhazování potravin



n=1009



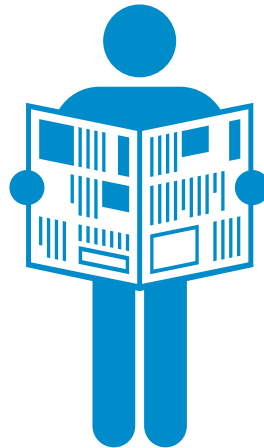
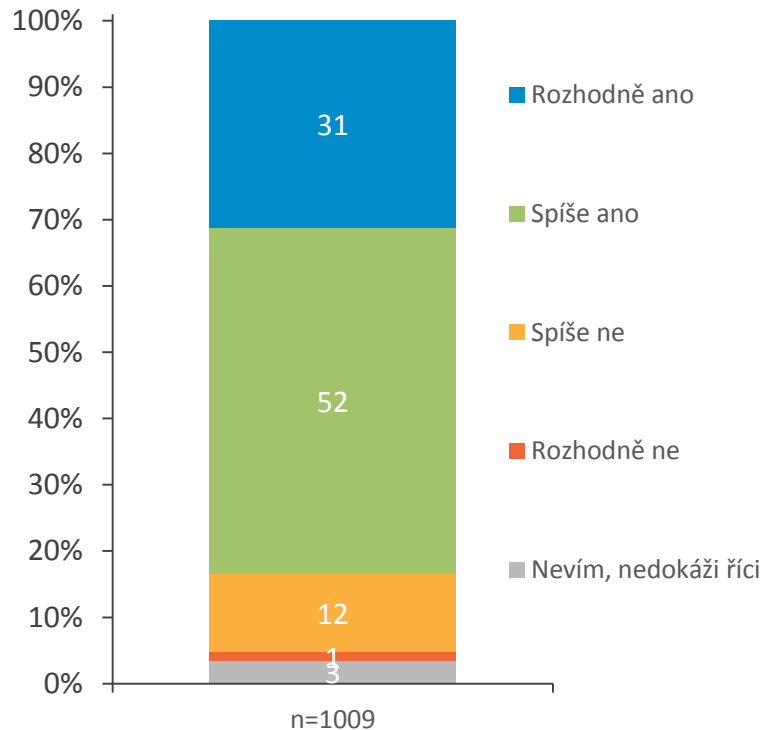
Přestože tři čtvrtiny lidí považují cenu potravin v ČR za vysokou..

...většina populace by si byla ochotna za kvalitní potraviny připlatit. Lidé by však uvítali více informací o správném uchovávání potravin.

83 % populace by přivítalo více informací o správném uchování potravin. Nejčastějším zdrojem těchto informací by měli být výrobci či dovozci potravin.

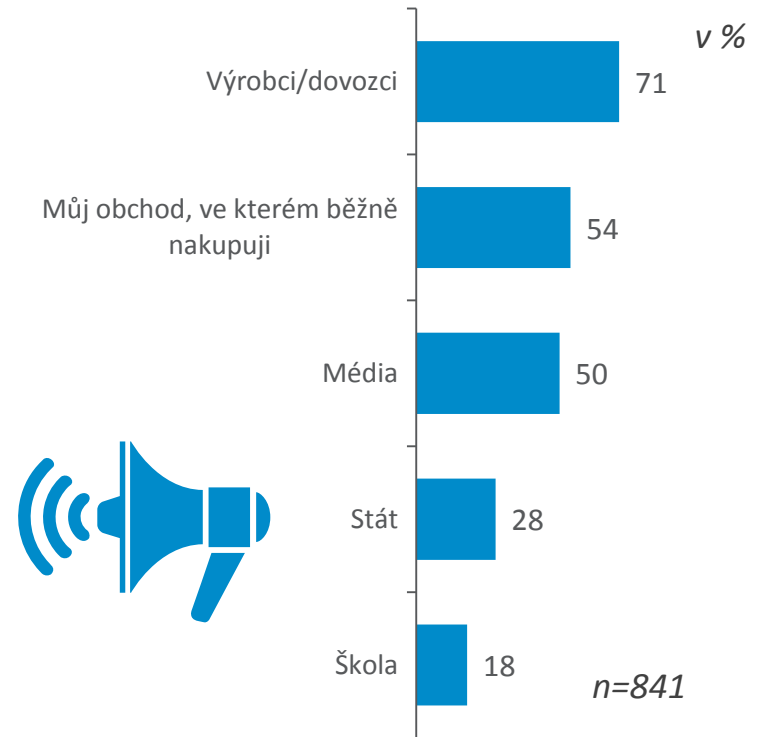
Q23. Přivítal\a byste více informací o tom, jak správně uchovávat potraviny apod.? Q24. Kdo by podle Vás měl takové informace poskytovat?

Více informací o správném uchování potravin



Zdroje informací o správném uchování potravin

*Na otázku odpovídali pouze respondenti, kteří označili v otázce Q23. odpověď Rozhodně ano nebo Spíše ano





Co z toho všeho plyne?

Stejně jako v loňském roce lidé souhlasí, že musí začít především u sebe!



V případě dotazů či zájmu o bližší informace jsme Vám k dispozici



Tomáš Macků

Research & Communication Director
tomas.macku@ipsos.com
GSM: +420 774 646 799



Lenka Hanáková

Account Director Ipsos Public Affairs
lenka.hanakova@ipsos.com
GSM: +420 724 185 825

Ipsos je největší agenturou výzkumu trhu a veřejného mínění v ČR z hlediska ročního dosaženého obratu. Ipsos poskytuje komplexní služby v oblasti průzkumu trhu a veřejného mínění včetně konzultační činnosti. Spolupracuje s pobočkami sítě Ipsos v 87 zemích světa. Disponuje moderním technickým zázemím pro sběr a zpracování dat a využívá know-how 10 specializovaných divizí. Je členem organizací ESOMAR, MSPA, SIMAR a SAVA, řídí se jejich etickými principy a metodickými pravidly.



Na Příkopě 22, Slovanský dům, 110 00 Praha 1

www.ipsos.cz



Heydukova 12, 811 08 Bratislava

www.ipsos.com

www.ipsos.sk





GAME CHANGERS

Prezentace společnosti



70+ milionů rozhovorů za rok

15 500 zaměstnanců

87 zemí s Ipsos zastoupením

5 000+ klientů po celém světě

3. největší výzkumná agentura

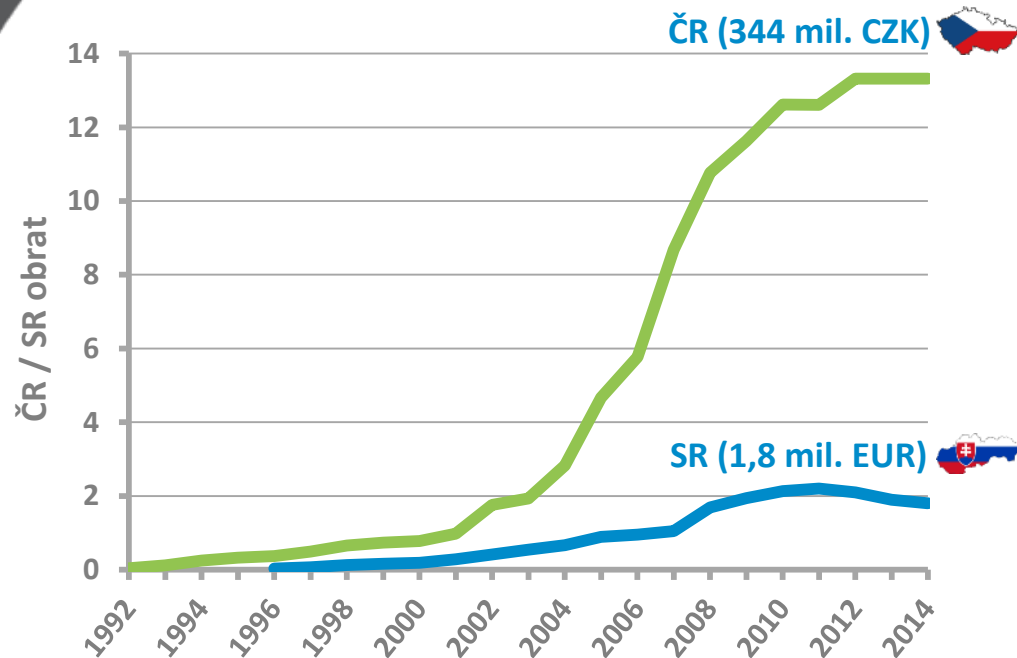
TOP 1 výzkumná agentura v ČR
TOP 3 výzkumná agentura v SR

130+ analytiků, statistiků,
 psychologů, sociologů
 a konzultantů

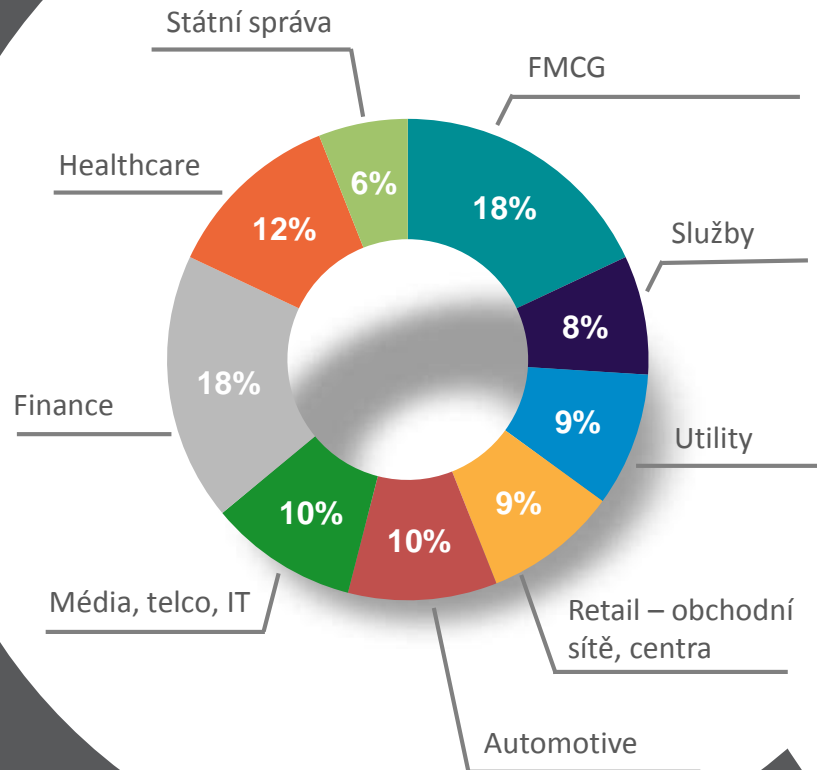
90+ regionálních
 koordinátorů

900+ tazatelů pro všechny
 typy výzkumu

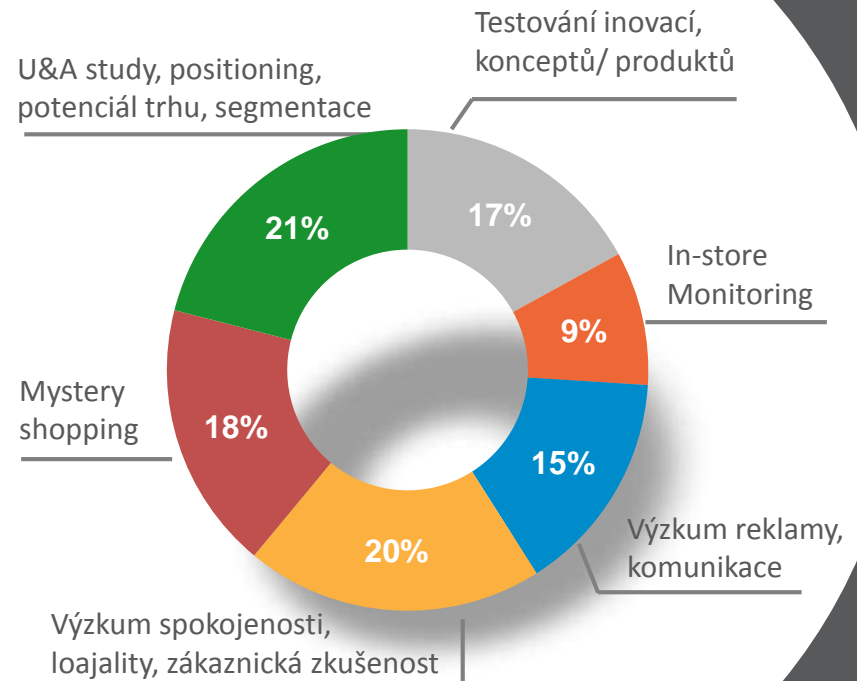
1,400+ mystery shopperů



OBLASTI VÝZKUMU



VÝZKUMNÉ SPECIALIZACE



+ PORADENSTVÍ

Pro všechny oblasti výzkumu a výzkumné specializace.



Specializované divize Ipsos

Ipsos Marketing

Vývoj, nastavení a optimalizace produktů/ služeb

Ipsos MarketQuest™
Ipsos InnoQuest™

Ipsos Connect

Výzkum reklamy a značky

Strategy Solutions
Execution Solutions
Evaluation Solutions

Ipsos Loyalty

Výzkum zákaznické zkušenosti, spokojenosti a loajality

Loyalty Knowledge Center™

Ipsos UU

Kvalitativní a etnografický výzkum, kreativní workshopy

Censydiam Institute™
Ethnography Center of Excellence™

Ipsos ERM

Výzkumy zaměstnanců a jejich implementace

Representative Employee Data

Ipsos Healthcare

Výzkum v oblasti farmaceutického marketingu a zdravotnictví

Healthcare Rx/OTC™

Ipsos Public Affairs

Výzkum veřejného mínění

Ipsos MORI
Ipsos Global @dvisor™

Ipsos MediaCT

Výzkum médií a komunikace

Ipsos OTX

Ipsos CEM

Řízení zákaznické zkušenosti, service design, mystery shopping







Ipsos Business Consulting™

Ipsos Observer

Mezinárodní studie
Sběr dat (field & tabs)
Digitalizace dat

Ipsos Global Studies

Proč Ipsos?

-  Klademe důraz na porozumění vaší situace a potřeb.
-  V rámci Ipsos Group sdílíme regionální i globální zkušenosti.
-  Velmi dobře známe trh v České republice i na Slovensku.
-  Soustředíme se na přidanou hodnotu a implikace vyplývající z výzkumu.
-  Snažíme se být vždy co nejflexibilnější.
-  Garantujeme dodržování nejvyšších standardů kvality dat i naší práce.