

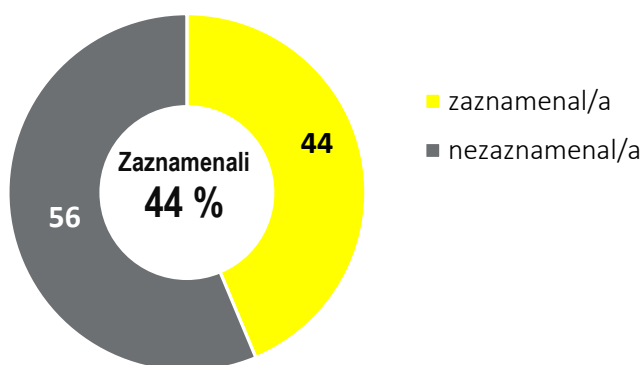
PALMOVÝ OLEJ V POTRAVINÁCH OPTIKOU ČESKÉ VEŘEJNOSTI

Tisková zpráva agentury FOCUS

Agentura FOCUS provedla ve dnech 14. 5. – 25. 5. 2016 omnibusový výzkum veřejného mínění na dospělé populaci České republiky. Reprezentativní výběrový vzorek tvořilo 1000 respondentek a respondentů ve věku 18 a více let, kteří byli vybráni metodou kvótního výběru na základě pohlaví, věku, vzdělání, kraje bydliště a velikosti obce. Jedním ze zkoumaných témat byla problematika palmového oleje v potravinách a postoje české veřejnosti k ní.

Z výzkumu agentury FOCUS vyplývá, že informace či diskuze na téma palmového oleje v potravinách zaznamenaly více než dvě pětiny české dospělé populace (44 %), 56 % dotázaných informace nezaznamenalo.

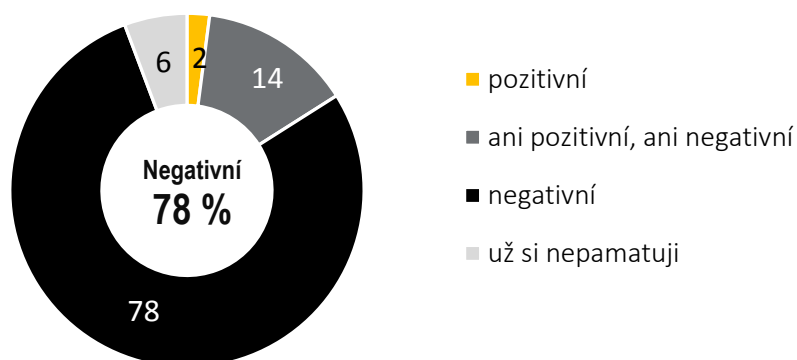
ZAZNAMENÁNÍ INFORMACÍ O PALMOVÉM OLEJI V POTRAVINÁCH



Otázka: „V médiích, v diskusích na internetu či v rozhovorech lidí se řeší téma palmového oleje v potravinách. Zaznamenal/a jste někde nějaké informace na téma palmového oleje?“
v %, 14. 5. – 25. 5. 2016, N = 1000 respondentů, ČR 18+

Pokud lidé zaznamenali informace o palmovém oleji v potravinách, jednalo se u **78 % dotázaných o informace s negativním obsahem**, neutrální informace či pozitivní informace zaregistrovalo jen 16 % dotázaných (14 % neutrální, 2 % pozitivní). **Využívání palmového oleje v potravinách je tedy rámováno jasně negativně.**

CHARAKTER ZAZNAMENANÝCH INFORMACÍ

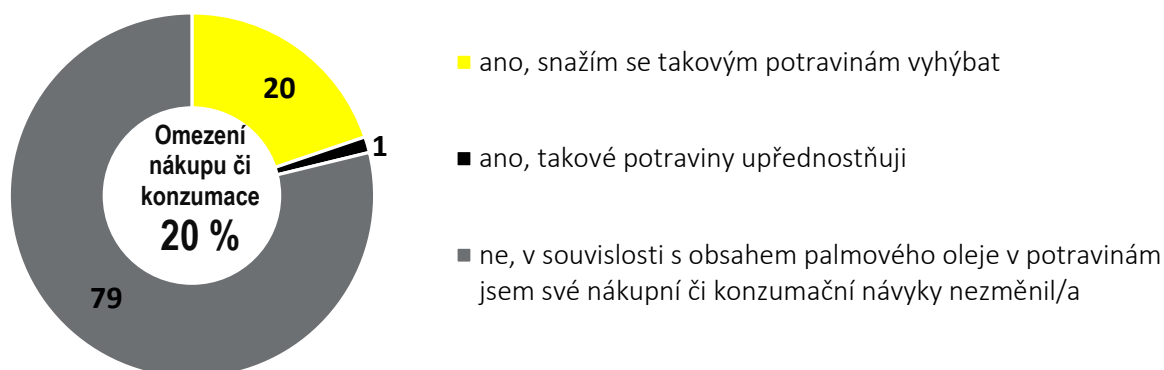


Otázka: „Pokud, jste nějaké informace o palmovém oleji v potravinách zaznamenal/a, byly to informace převážně....?“

v %, 14. 5. – 25. 5. 2016, N = 437 respondentů, odpovídali jen ti, kdo zaznamenali informace o palmovém oleji

Přítomnost palmového oleje v potravinách u nezanedbatelné části spotřebitelů působí jako bariéra nákupu produktů, které jej obsahují. Pětina české dospělé populace se snaží vyhýbat potravinám obsahujícím palmový olej. Ve skupině těch, kdo informace o škodlivosti či ekologických dopadech pěstování palmového oleje zaznamenali, dosahuje podíl těch, kdo se potravinám obsahujícím palmový olej snaží vyhýbat, dokonce 43 %.

ZMĚNA SPOTŘEBITELSKÉHO CHOVÁNÍ



Otázka: „Změnil/a jste v poslední době nějak své chování při nákupu či konzumaci potravin, které obsahují palmový olej?“

v %, 14. 5. – 25. 5. 2016, N = 1000 respondentů, ČR 18+

Hlavními spontánně uváděnými motivy omezení nákupu a konzumace potravin obsahujících palmový olej jsou **důvody zdravotní a ekologické**.

Dvě třetiny (64 %) těch, kdo se snaží vyhýbat potravinám s obsahem palmového oleje, tak činí proto, že palmový olej považují za nezdravý či zdraví škodlivý.

Dvě pětiny (39 %) se vyhýbají potravinám s palmovým olejem z ekologických důvodů. Vadí jim ekologické důsledky produkce palmového oleje – zejména kácení a vypalování deštných pralesů, ničení původních ekosystémů a zabíjení zvířat.

DŮVODY OMEZENÍ NÁKUPU ČI SPOTŘEBY



Otázka: „V předchozí otázce jste uvedl/a, že se vyhýbáte potravinám, které obsahují palmový olej. Řekněte nám proč?“

v %, 14. 5. – 25. 5. 2016, N = 198 respondentů, odpovídali pouze ti, kdo omezili nákup či konzumaci potravin obsahujících palmový olej, kategorizace spontánních odpovědí.

Výzkum ukazuje, že producenti potravin mohou v případě využívání palmového oleje ve svých produktech přijít o část svých zákazníků – zejména o ty edukovanější, s vyšším vzděláním, profesním i ekonomickým statusem, ženy či spotřebitele z domácností s dětmi. Problematika využívání palmového oleje také ukazuje, že pro část českých zákazníků hrají při nákupním rozhodování důležitou roli i postmateriální hodnotová kritéria.

Kontaktní osoba pro více informací:

Filip Rozsival, analytik, FOCUS, Marketing & Social Research
tel: +420 532 191 472, mobil: +420 774 094 490
e-mail: rozsival@focus-agency.cz