

Každý desátý Čech preferuje stravu s vyloučením či omezením masa

Češi stejně jako v loňském roce patří k národům, které do svého jídelníčku pravidelně zahrnují maso. Stravu s vyloučením či omezením masa preferuje 10 % populace. Úplně bez masa se stravují 4 % Čechů, mezi nimiž převládají lidé do 44 let. Veganskou stravu nejvíce vyhledávají mladí lidé do 35 let. Vyplývá to z aktuálního výzkumu o veganství v Česku, který letos v květnu zrealizovala výzkumná agentura Ipsos ve spolupráci s Asociací společenské odpovědnosti.

Vedle veganství a vegetariánství je novým trendem flexitariánství. Lidé, kteří se takhle stravují konzumují maso nebo ryby pouze příležitostně. Z výzkumu vyplývá, že mezi Čechy jsou jich 4 %. „Na rozdíl od těch, kdo maso nekonzumují vůbec a těch, kdo kombinují jak živočišnou, tak rostlinnou stravu, flexitariáni dodržují současný způsob stravování nejkratší dobu. Zřejmě to souvisí se skutečností, že od vědců stále častěji slyšíme, jaké negativní dopady má živočišná produkce na životní prostředí a na změnu klimatu, což mnoha z nás není lhostejné,“ uvádí Lucie Mádlová, zakladatelka a výkonná ředitelka Asociace společenské odpovědnosti.

Mezi flexitariány se řadí i kreativní umělec Yemi A.D., který je ambasadorem pro Cíle udržitelného rozvoje v Česku. „Konzumaci masa jsem omezil již před několika lety z mnoho důvodů. Jedním z nich je, že se snažím dodržovat zdravé stravování. Dalším z faktorů je negativní dopad na klima nebo také fakt, že se domácí zvířata chovají v nevhodných podmínkách. V dnešní společnosti je podle mě navíc ještě stále zakořeněn pocit, že dostatek, nebo spíše nadbytek masa v jídelníčku znamená blahobyt společnosti,“ popisuje své pohnutky Yemi A.D.

Alternativním způsobům stravování jsou více otevření mladí lidé, a to jak v Česku, tak ve světě. V evropském kontextu Češi patří k národům, které jí vše a v jejich stravě převládá zejména maso. 90 % naší populace při konzumaci neřeší, zda jde o potraviny živočišného či rostlinného původu. Na opačném pólu jsou v Turecku, kde se masu vyhýbá téměř polovina populace. Maso a masné výrobky u nás častěji konzumují muži, alespoň jednou týdně jí maso 82 % mužů a 77 % žen.

Do budoucna chce více rostlinných produktů na úkor živočišných do svého jídelníčku zařadit 28 % Čechů. „Ačkoli většina populace nepředpokládá, že by v příštím roce celkově snížila konzumaci živočišných výrobků, plánují však alespoň omezovat masné výrobky jako jsou uzeniny. Naopak častěji lidé chtějí jíst především ryby a luštěniny,“ říká k výsledkům výzkumu manažerka komunikace Ipsos Markéta Kneblíková.

Co se týká zdravého životního stylu, téměř 2/3 populace ho nijak neřeší. Z výzkumu Ipsosu vyplývá, že pouze 38 % Čechů se stravuje dle zásad zdravé výživy. Právě zdravá výživa a snaha o snížení hmotnosti jsou nejčastějšími důvody k vyhýbání se určitým druhům potravin. Převážně jde o snahu zredukovat příjem cukrů a živočišných tuků. Výzkum dále ukázal, že se lidé sice domnívají, že se zvýšila nabídka rostlinných produktů v obchodech (68 %) a restauracích (41 %), ale často jim tyto alternativy živočišných pokrmů nechutnají.

Trend rostoucí nabídky rostlinných produktů potvrzuje i předseda České veganské společnosti Martin Ranninger. „Zájem o veganství a rostlinnou stravu v posledních letech roste a my tento vývoj velmi vítáme. Z aktuálního výzkumu lze vidět, že i Češi se zajímají o rostlinnou stravu a věříme, že s rostoucí nabídkou v obchodech a restauracích zájem

poroste ještě více. Omezení konzumace živočišných výrobků přináší mnoho výhod, a to zejména ekologických a zdravotních,“ uvádí Ranninger.

U potravin a nápojů Češi nejčastěji sledují zemi původu a složení výrobku obecně (ěčka, sacharidy a cukry, tuky). Informace, zda byly potraviny vyrobeny v souladu se zásadami férového obchodu nebo obsah alergenů ve výrobku, sleduje méně než polovina populace. Při výběru kosmetických a čisticích přípravků pak více než polovina populace (55 %) alespoň občas zjišťuje, jestli je obal výrobku ekologický a bezmála polovinu společnosti (45 %) zajímá, jestli byl výrobek testován na zvířatech. Údaje uvedené na kosmetických a čisticích prostředcích jsou důležité zejména pro ženy. Zatímco starší lidé více zajímá země původu a ekologičnost produktu, mladí lidé sledují, zda byl produkt testován na zvířatech, či zda vlastní některý z veganských certifikátů.

O výzkumu: Výzkum byl realizován v květnu 2020 na reprezentativním vzorku internetové populace ČR ve věku 18-65 let (podle věku, pohlaví, kraje, velikosti místa bydliště a vzdělání). Celkem se ho zúčastnilo 1015 respondentů. Výzkum byl realizován pomocí Ipsos online panelu Populace.cz.

O Asociaci společenské odpovědnosti: Asociace společenské odpovědnosti (A-CSR) je největší platforma společenské odpovědnosti (CSR) a Cílů udržitelného rozvoje (SDGs) od OSN v Česku. Hájí zájmy více než 350 členů z řad korporátního, neziskového, vzdělávacího i veřejného sektoru s cílem zvýšit jejich potenciál a kompetence v oblasti CSR a SDGs. Od roku 2016 se A-CSR stala národním ambasadorem Giving Tuesday, největšího světového svátku dárcovství. Od roku 2017 uděluje prestižní Ceny SDGs za naplňování globálních cílů.

O agentuře Ipsos: Ipsos je výzkumnou technologickou a konzultační společností. Spolupracuje s pobočkami sítě Ipsos v 90 zemích. Z Prahy řídí projekty po celém světě, sídlí zde Ipsos Mystery Shopping Global Support Centre a vedení Ipsos Central Europe Cluster (ČR, SR, Maďarsko, Rakousko). Ipsos disponuje moderním technickým zázemím pro sběr a zpracování dat a využívá know-how divizí specializovaných na výzkumy značky a komunikace, mapování trhu a segmentaci, zákaznickou zkušenost a kvalitativní výzkum. Ipsos je členem organizací ESOMAR, MSPA, SIMAR a řídí se jejich etickými principy a metodickými pravidly. Dlouhodobě se věnuje tématům CSR a udržitelného rozvoje.