



INSTITUT EVALUACÍ  
A SOCIÁLNÍCH ANALÝZ

# JAK POMÁHAJÍ OBALY SPOTŘEBITELŮM OMEZOVAT PLÝTVÁNÍ S POTRAVINAMI?

JIŘÍ REMR

ŘÍJEN 2022

BIOMÜLL

# CÍLE VÝZKUMU



Zjistit, do jaké míry vlastnosti obalů ovlivňují chování zákazníků a přispívají k plýtvání potravinami.

BIOMÜLL



# METODIKA



Počet respondentů: **1 218**

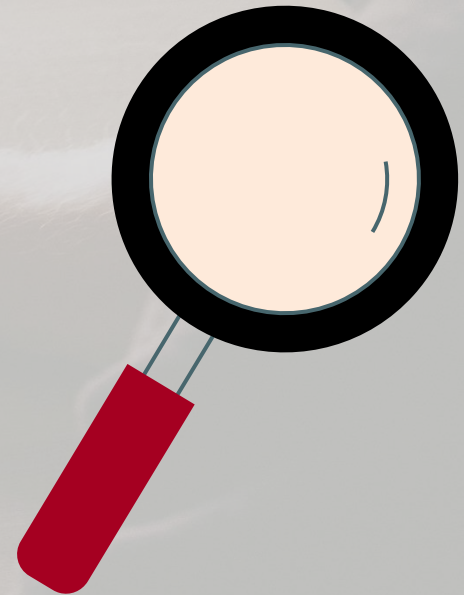
Technika výběru respondentů: **kvótní**

Termín sběru dat: **únor a březen 2022**

Míra návratnosti: **56 %**

Věkové složení respondentů: **18–74 roků**

Metoda sběru dat: **F2F interview**



A faded, light-colored background image of a shopping basket filled with various items, including a banana, a blue bottle cap, a piece of bread, and some green leafy vegetables. The basket is positioned at the top of the frame, and the items are slightly out of focus.

# **PLÝTVÁNÍ POTRAVINAMI A ROLE OBALŮ**

# FUNKCE OBALŮ



- Chránit produkt (obsah)
- Usnadnit snadnou manipulaci
- Propagovat produkt (značku)
- Informovat zákazníky
- Snížit dopad na životní prostředí
- Učinit spotřebu pohodlnou

# FUNKCE OBALŮ



Ochranná

Manipulační

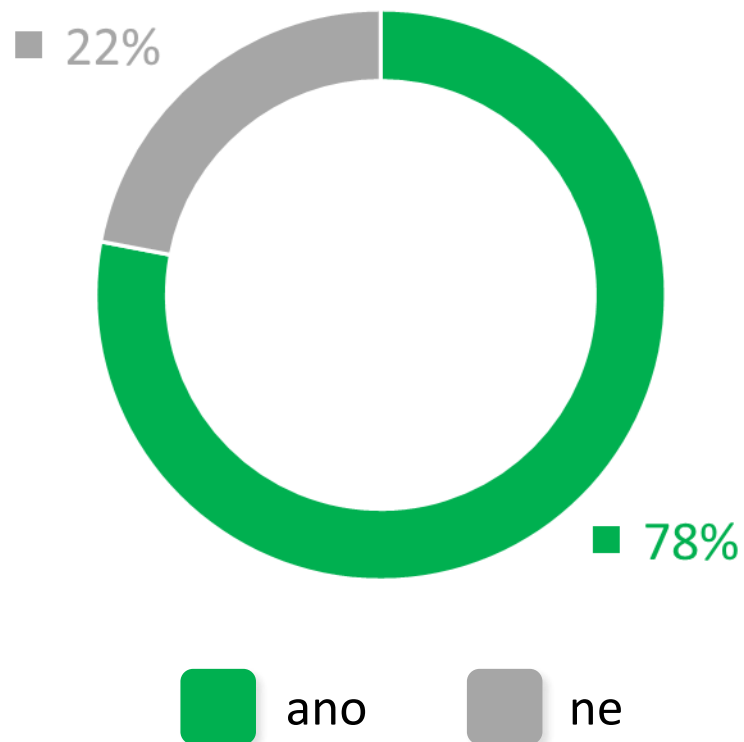
Propagační

**Informační**

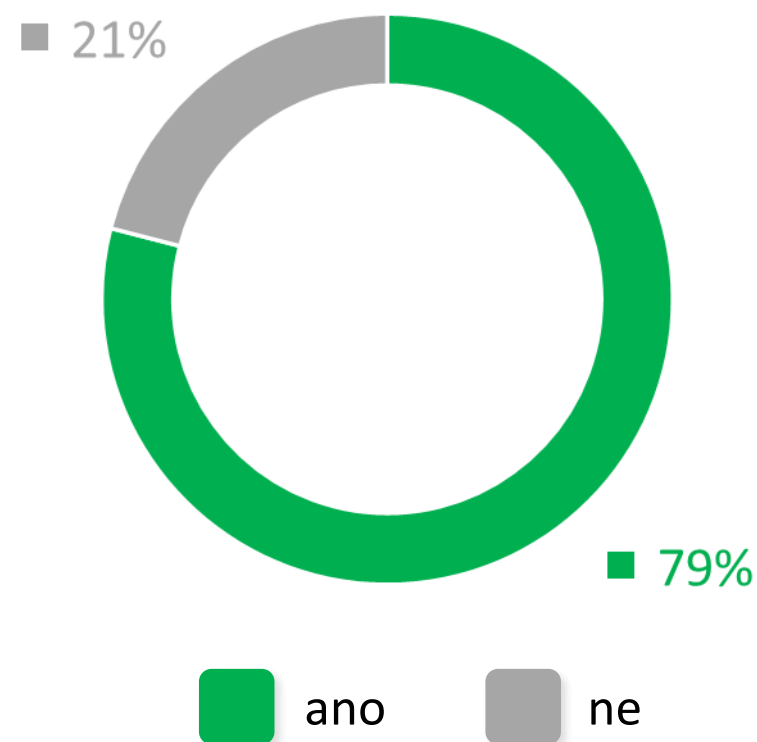
Ekologická

Spotřební

**„NA OBALECH BY MĚLO BÝT  
UVEDENO, DO JAKÉHO KONTEJNERU  
NA TŘÍDĚNÝ ODPAD PATŘÍ.“**

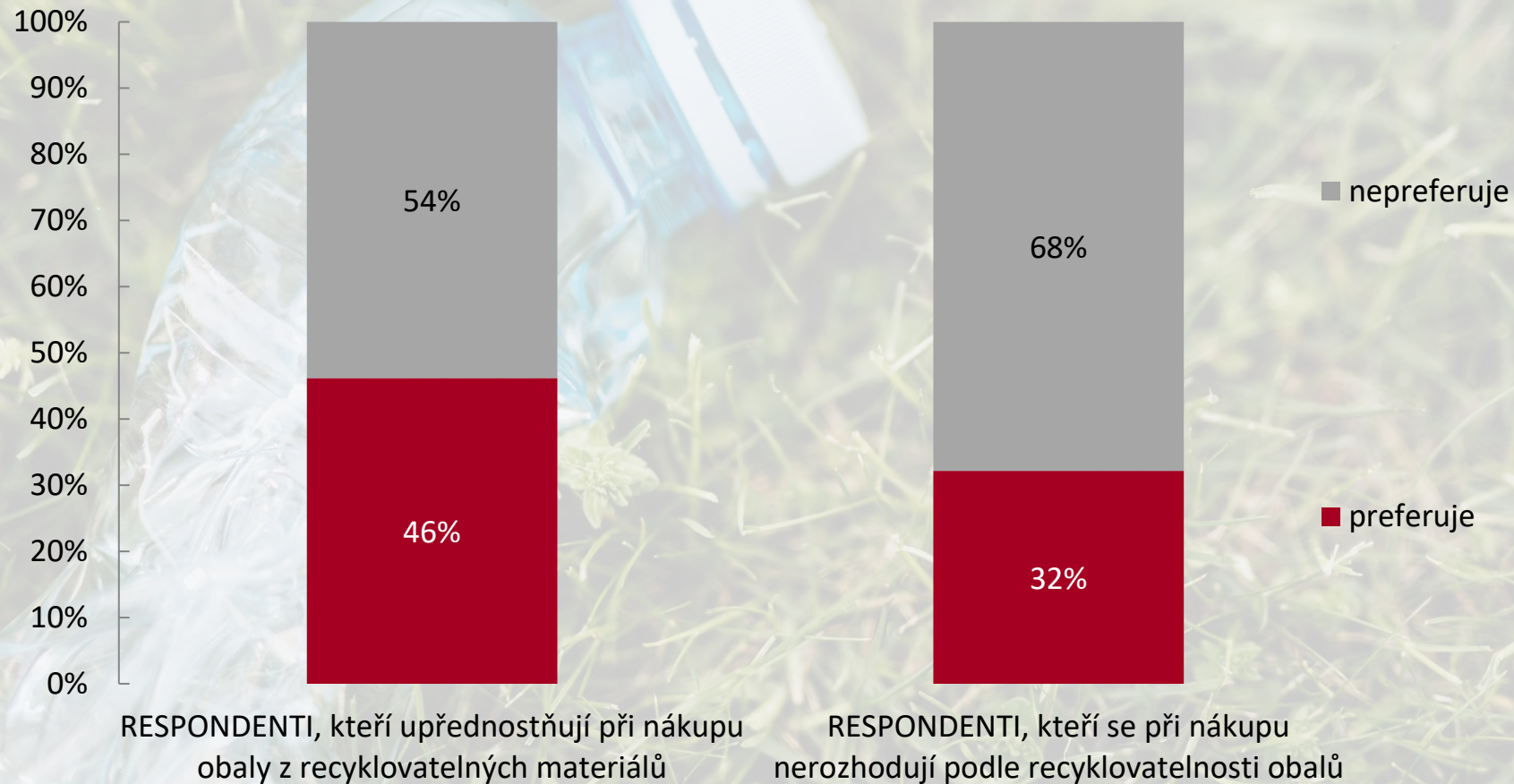


**„ NA OBALECH BY MĚLO BÝT  
JEDNOTNÉ ZNAČENÍ VYUŽITELNÉ  
PRO TŘÍDĚNÍ.“**



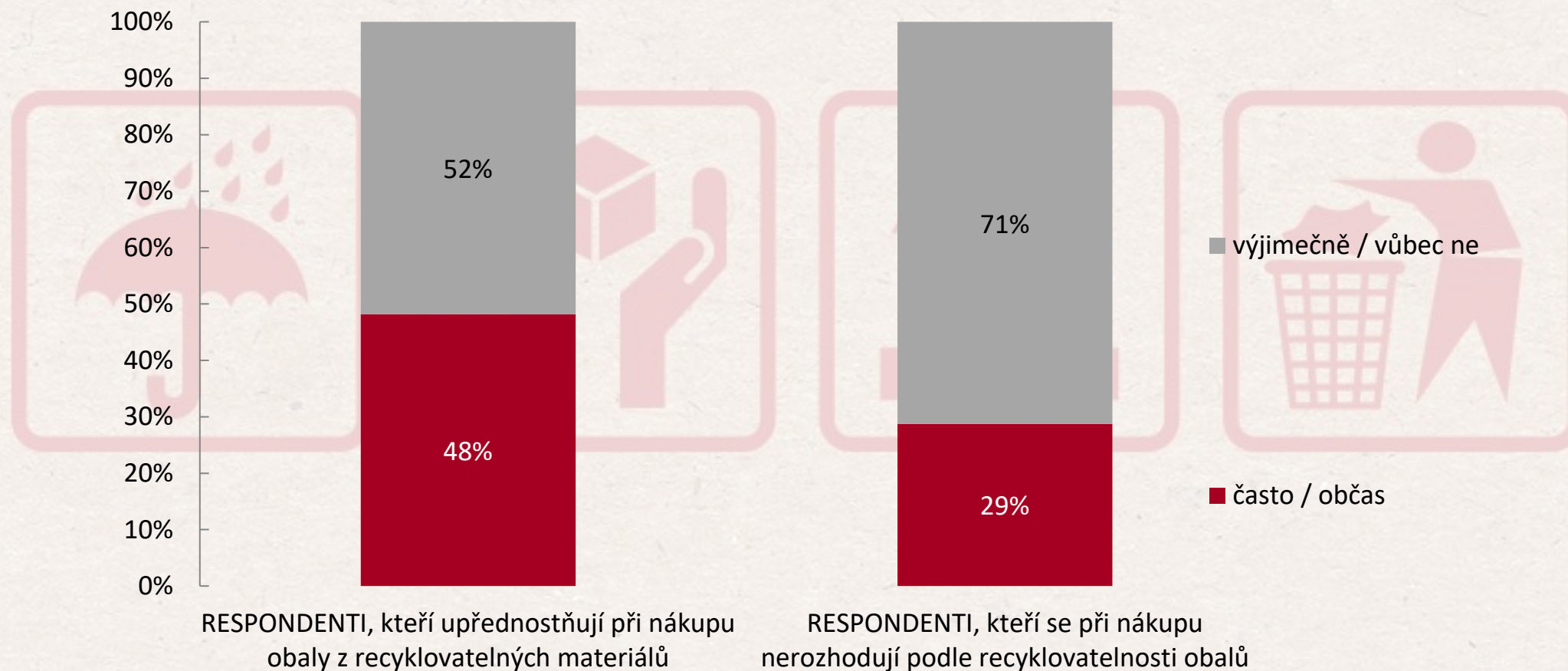


# PREFEROVANÉ INFORMACE NA OBALECH VÝROBKŮ Z JAKÉHO MATERIÁLU JE OBAL VYROBENÝ





# SLEDOVÁNÍ ZNAČENÍ ČI SYMBOLŮ NA OBALECH NAKUPOVANÝCH VÝROBKŮ



# FUNKCE OBALŮ



Ochranná

Manipulační

Propagační

Informační

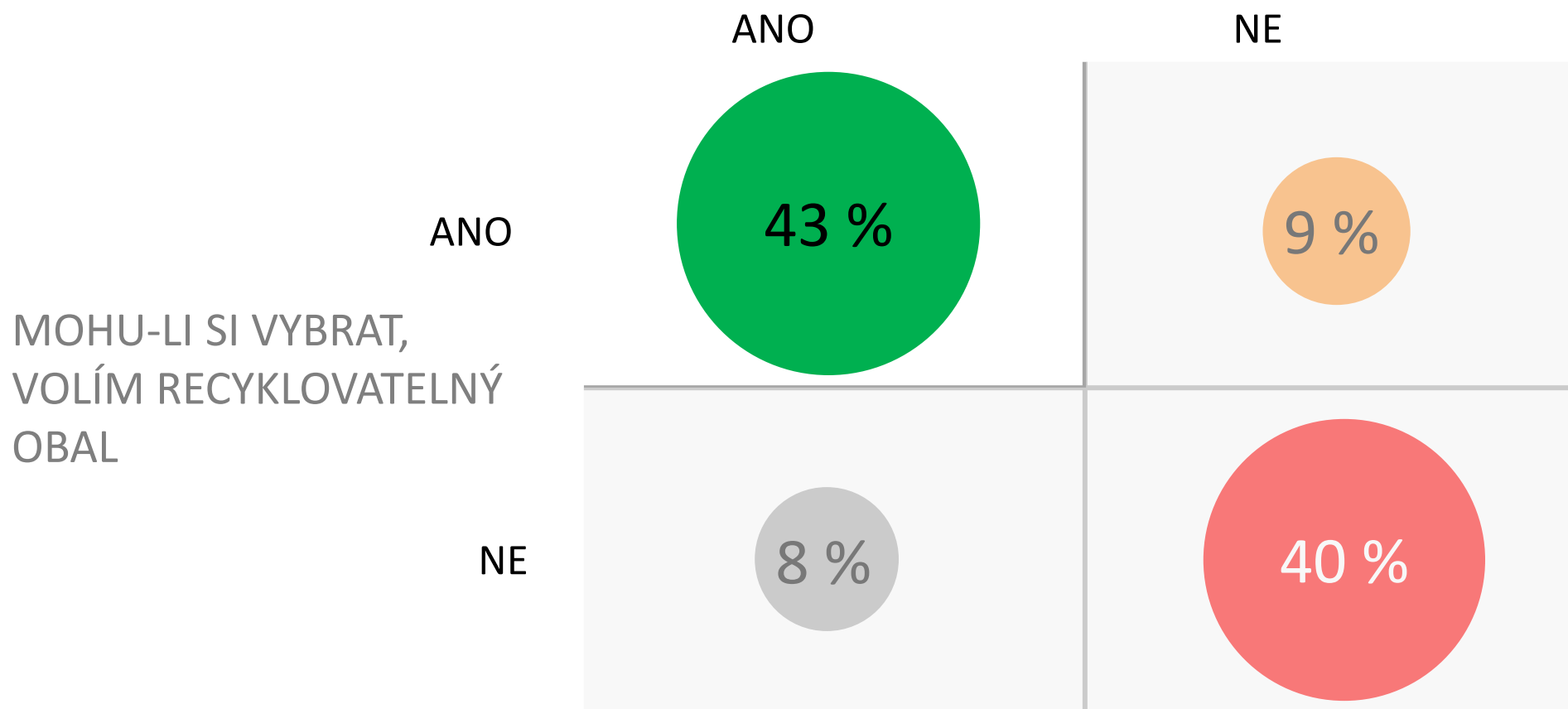
**Ekologická**

Spotřební

# 43 % RESPONDENTŮ SE PŘI NÁKUPU ZAJÍMÁ O RECYKLOVATELNOST OBALŮ



MOHU-LI SI VYBRAT, UPŘEDNOSTŇUJI OBAL Z RECYKLOVANÉHO MATERIÁLU





# 43 % RESPONDENTŮ SE PŘI NÁKUPU ZAJÍMÁ O RECYKLOVATELNOST OBALŮ

MOHU-LI SI VYBRAT, UPŘEDNOSTŇUJI OBAL Z RECYKLOVANÉHO MATERIÁLU

ANO

NE

ANO

43 %



47 % žen

47 % respondentů z rodinných domů

48 % respondentů s vlastní zahradou

53 % třídačů

58 % respondentů z vyšší třídy

MOHU-LI SI VYBRAT,  
VOLÍM RECYKLOVATELNÝ  
OBAL

NE

# HODNOCENÍ OBALŮ Z RECYKLOVATELNÉHO MATERIÁLU



šetří životní prostředí

snižují spotřebu materiálu na výrobu obalů

jsou snadno rozložitelné

**RESPONDENTI, kteří upřednostňují při nákupu obaly z recyklovatelných materiálů**

**90 %**

**87 %**

**78 %**

RESPONDENTI, kteří se při nákupu nerozhodují podle recyklovatelnosti obalů

66 %

68 %

60 %



# HODNOCENÍ OBALŮ Z RECYKLOVATELNÉHO MATERIÁLU



mohou ohrozit chuťové vlastnosti výrobku

jsou méně kvalitní

nesplňují hygienické požadavky

RESPONDENTI, kteří upřednostňují při nákupu obaly z recyklovatelných materiálů

33 %

26 %

19 %

RESPONDENTI, kteří se při nákupu nerozhodují podle recyklovatelnosti obalů

55 %

45 %

27 %



# FUNKCE OBALŮ



## SPOTŘEBNÍ CHARAKTERISTIKY OBALŮ

- ▶ Uzavíratelné (snadné opětovné zavření /znovuotevření)
- ▶ Znovu plnitelné (možné opětovné použití)
- ▶ Snadno rozdělitelné
- ▶ Srozumitelné informace o obsahu balení
- ▶ Adekvátní velikost
- ▶ Pomáhají potravinám zůstat čerstvé
- ▶ Umožňují sledovat obsah

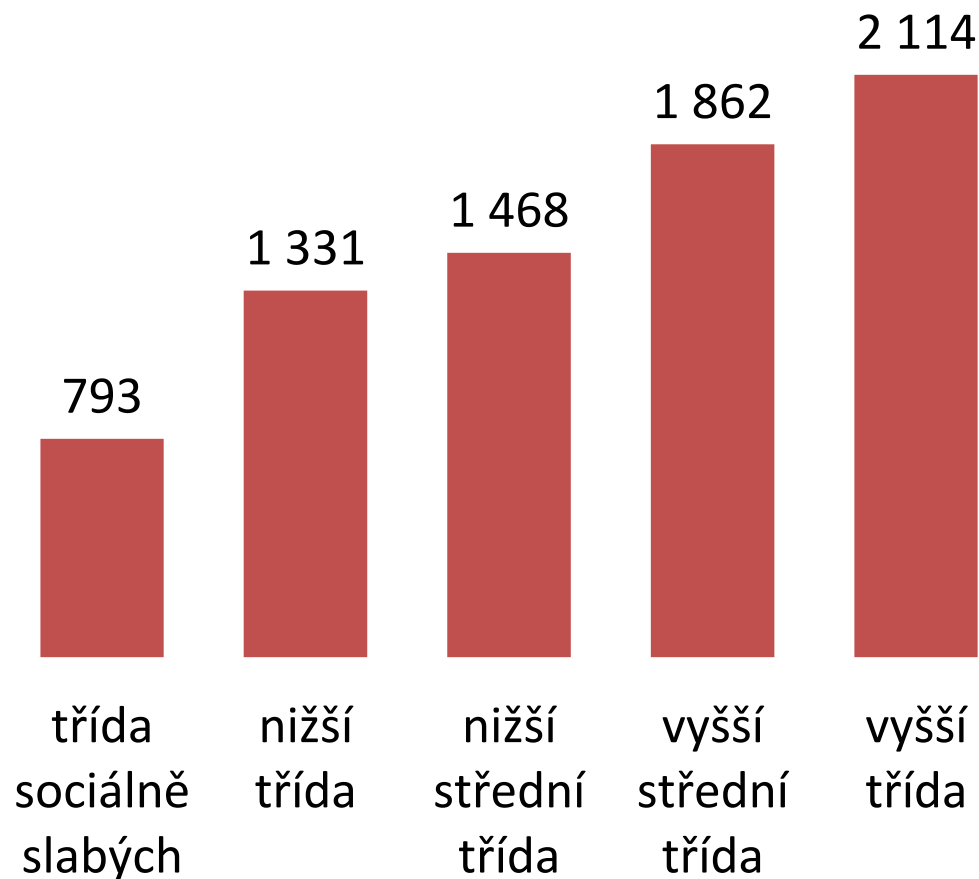
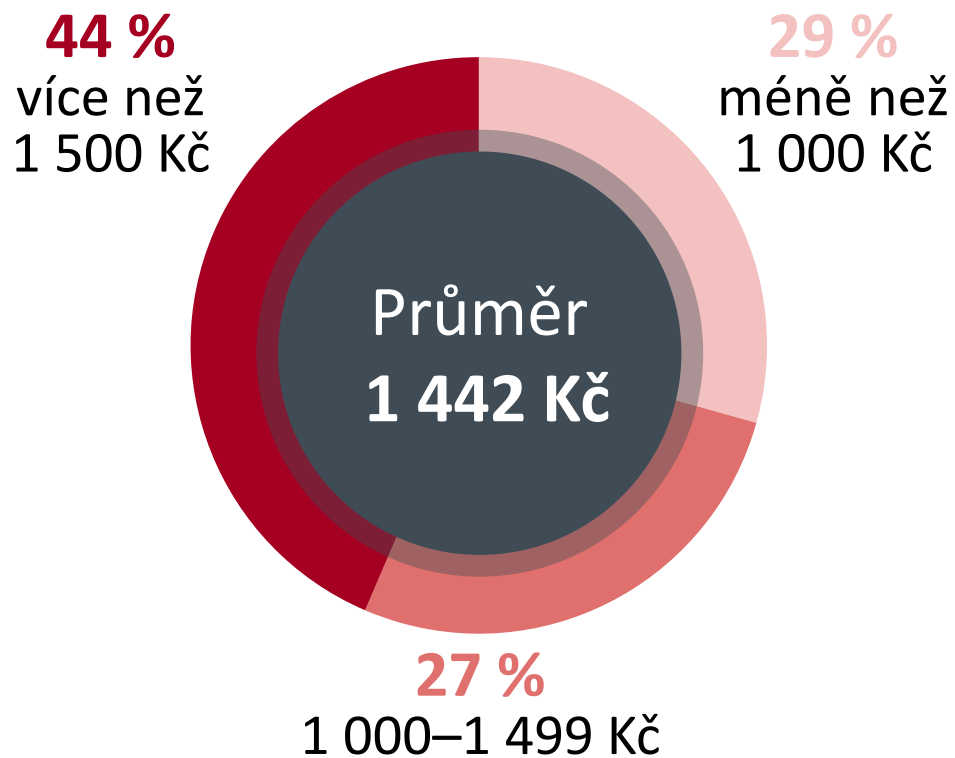
The background of the slide is a blurred photograph of a person in a white shirt sitting at a desk, writing on a document with a pen. A laptop is open to the left. A large, semi-transparent red banner covers the bottom half of the image, with a white rectangular box containing the title text.

**PLÝTVÁNÍ POTRAVINAMI  
POSTOJE A DEKLAROVANÉ  
CHOVÁNÍ**

# ÚTRATA DOMÁCNOSTÍ ZA JÍDLO (TÝDENNÍ PRŮMĚR)

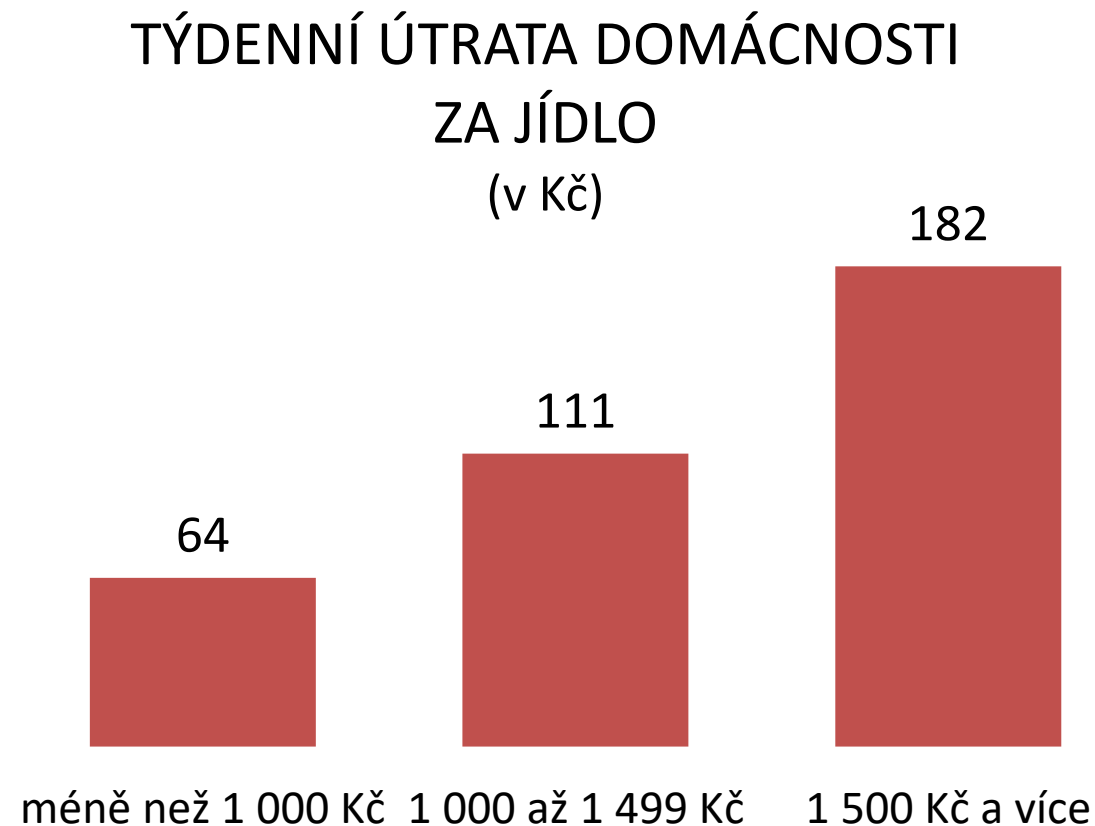
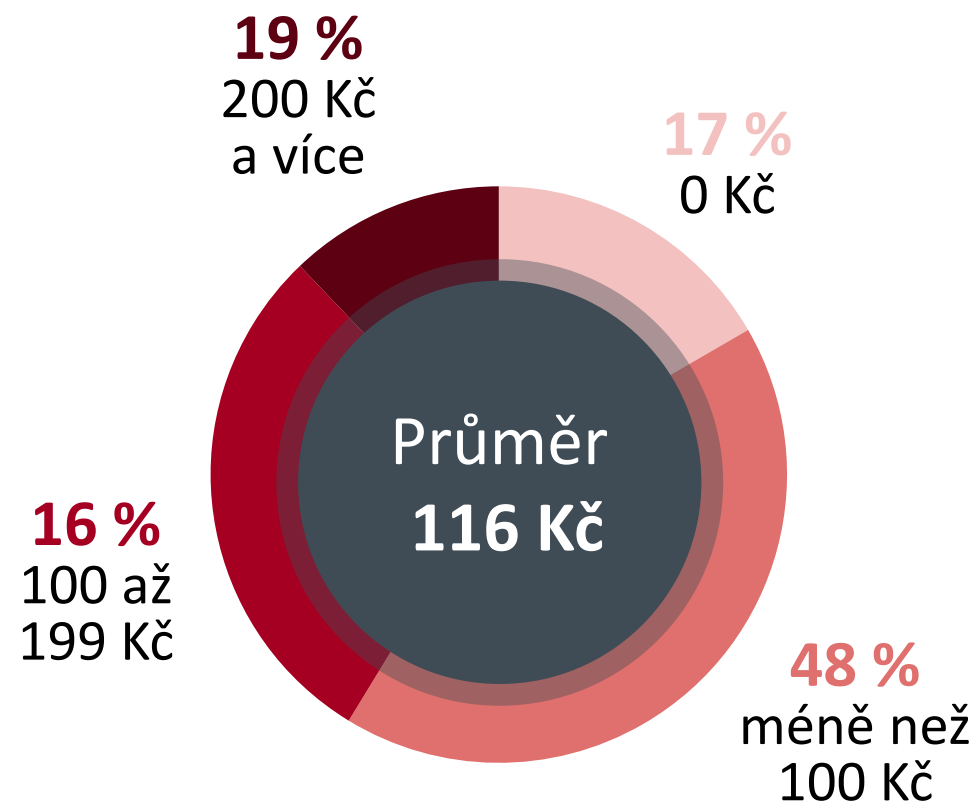


## SOCIO-EKONOMICKÝ STATUS (v Kč)

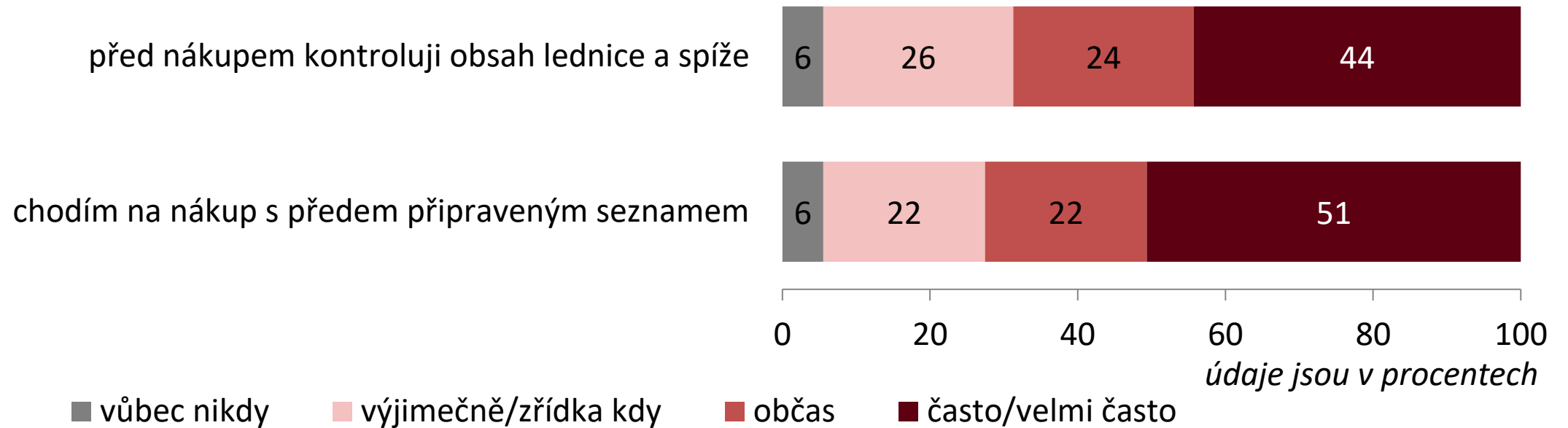




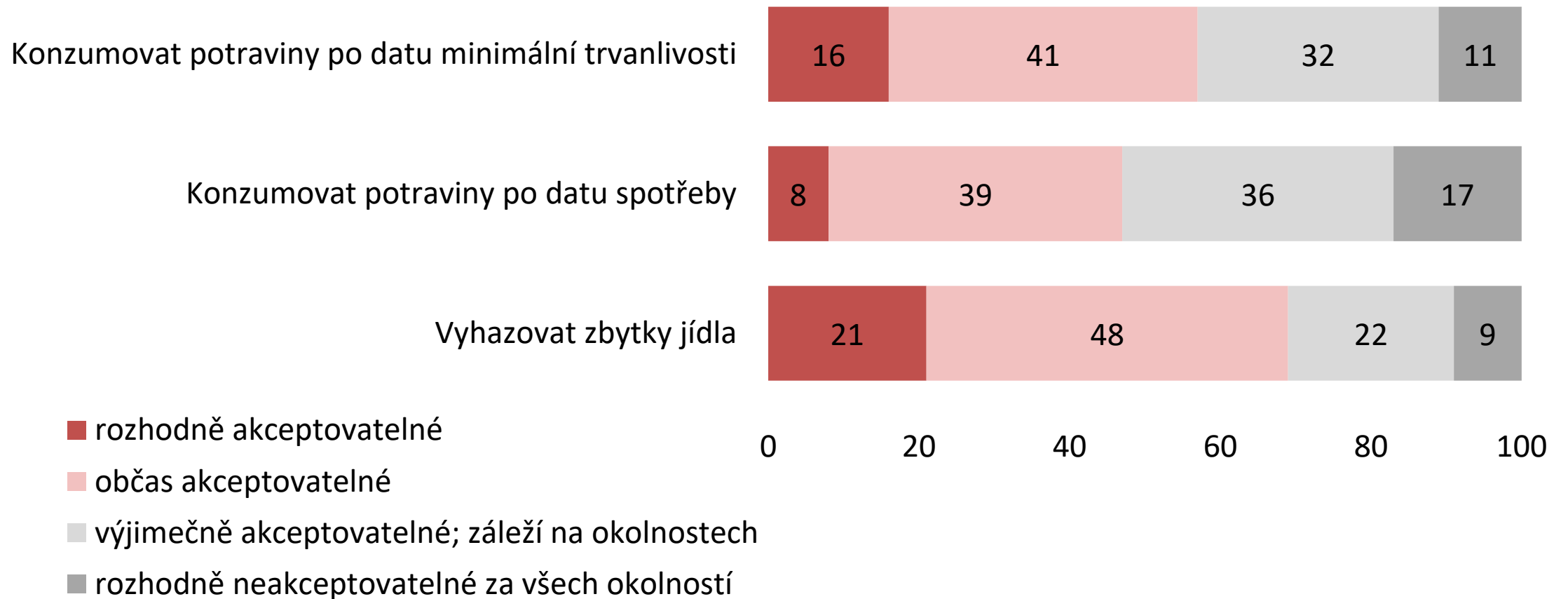
# ODHADOVANÁ HODNOTA VYHOZENÉHO JÍDLA (TÝDENNÍ ČÁSTKA NA DOMÁCNOST)



# ČETNOST VYKONÁVÁNÍ VYBRANÝCH ČINNOSTÍ SPOJENÝCH S PLÁNOVÁNÍM NÁKUPU

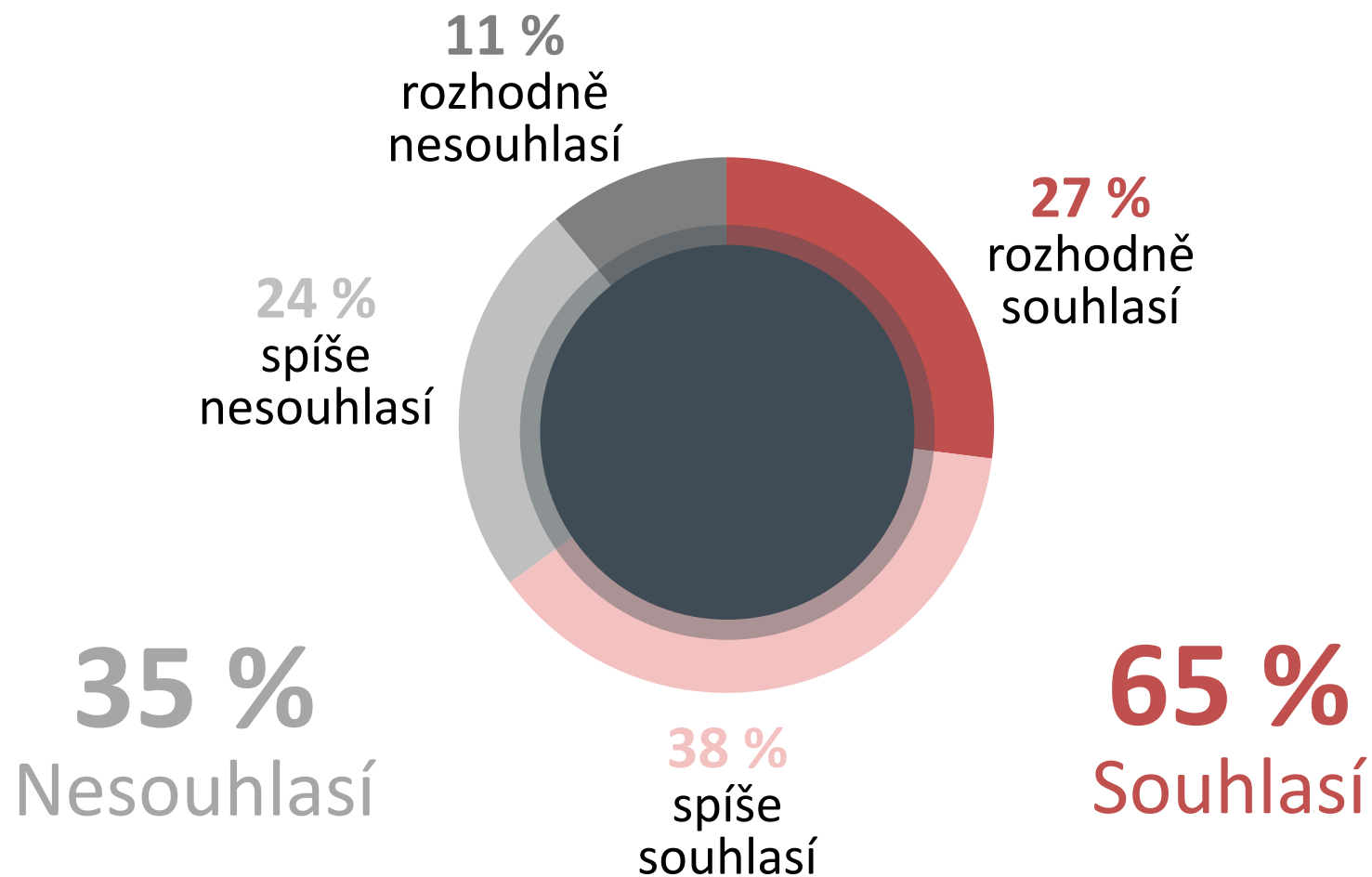


# TOLERANCE VZORCŮ CHOVÁNÍ





# „VYHAZOVÁNÍ POTRAVIN NENÍ PROBLÉM, PROTOŽE VĚTŠINA JE BIOLOGICKY ROZLOŽITELNÁ.“



# ODHAD OSOB, KTERÉ VYHAZUJÍ POTRAVINY ČASTĚJI

LIDÉ Z MĚST



94 %

6 %

LIDÉ Z VENKOVA



BOHATÍ



93 %

7 %

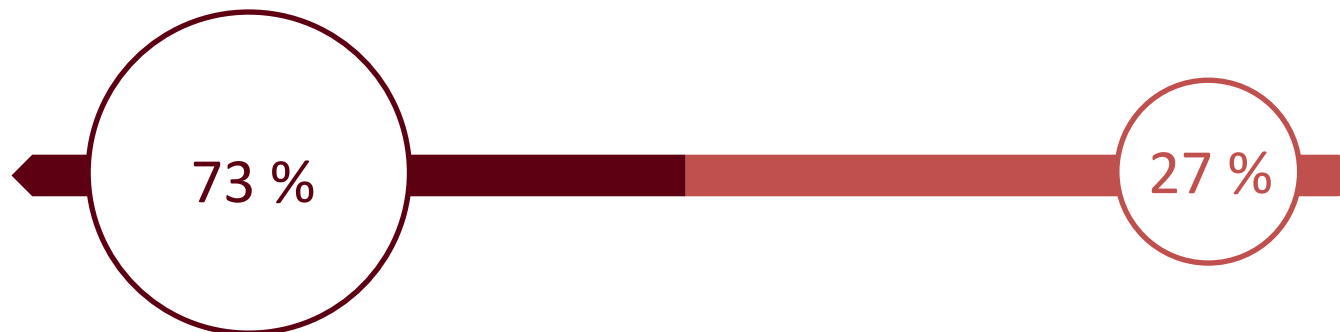
CHUDÍ



# ODHAD OSOB, KTERÉ VYHAZUJÍ POTRAVINY ČASTĚJI



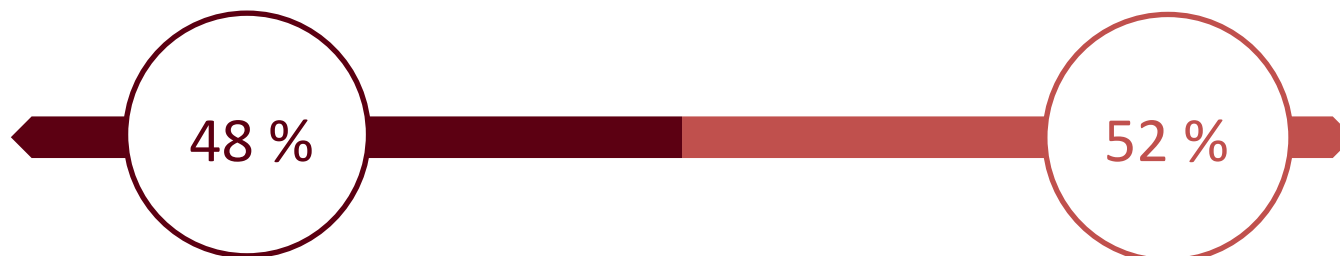
MLADŠÍ LIDÉ



STARŠÍ LIDÉ



MUŽI

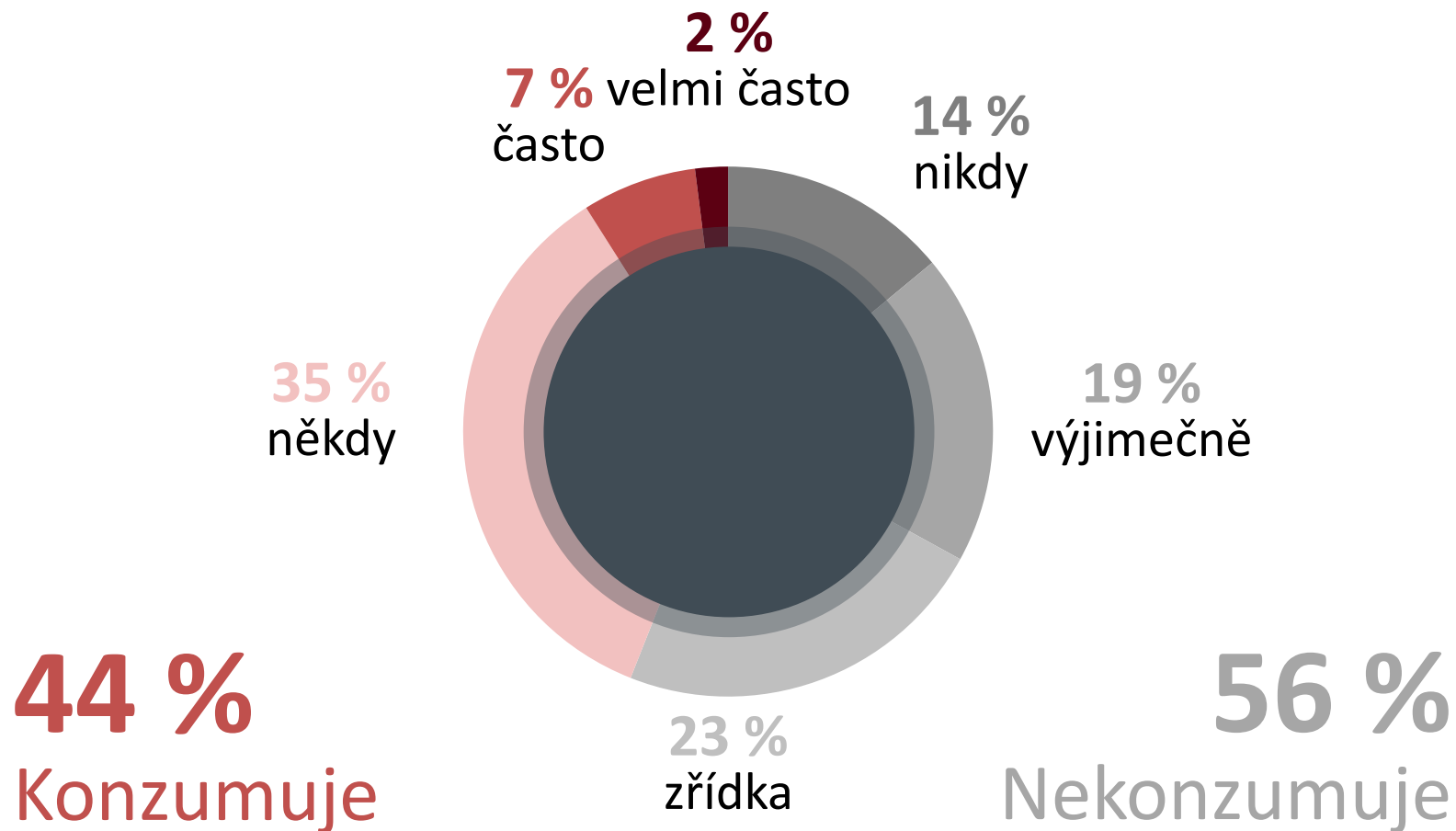


ŽENY

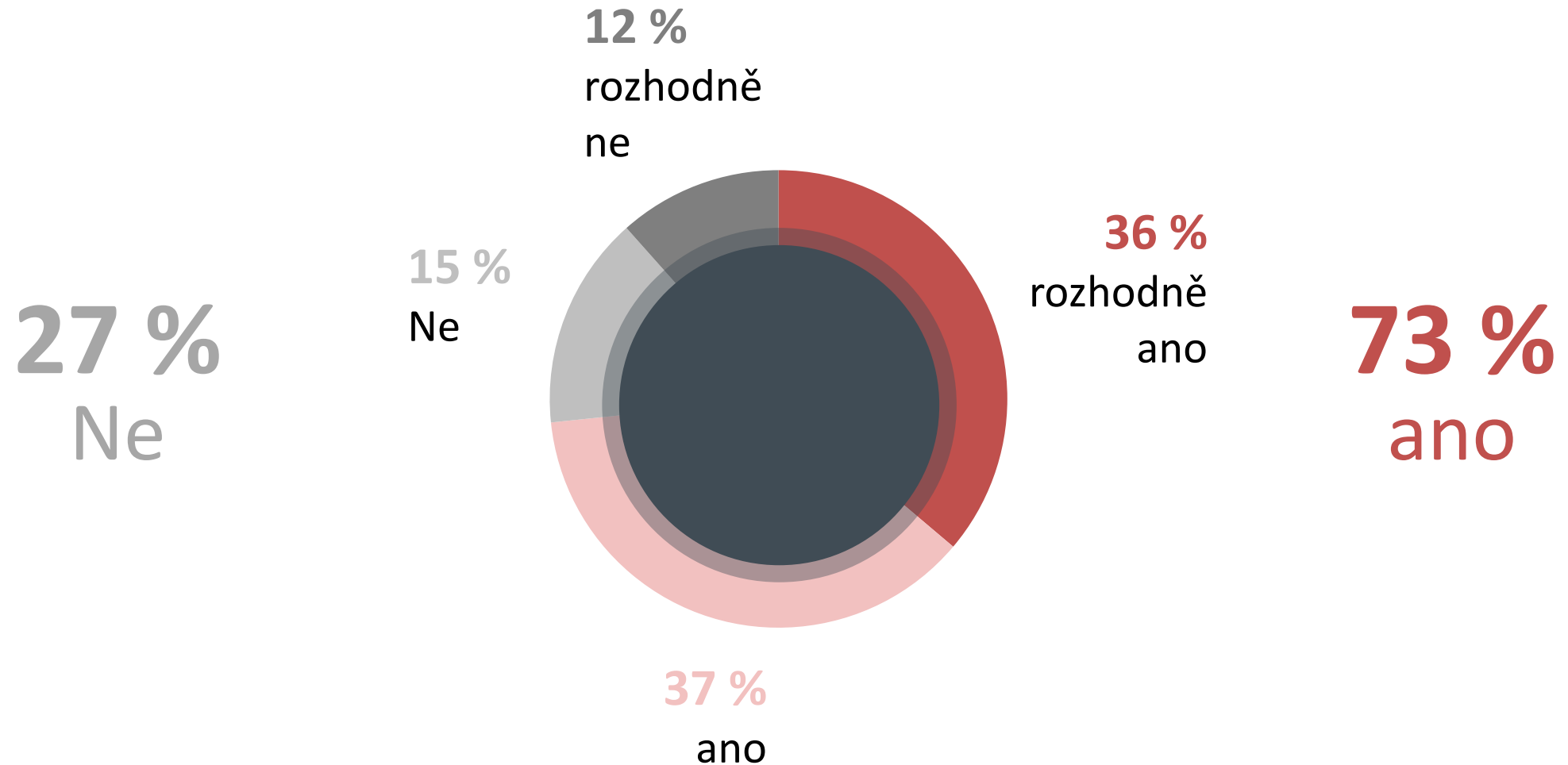




# „KONZUMUJI JÍDLO I PO DATUMU SPOTŘEBY, POKUD JÍDLO VYPADÁ STÁLE DOBŘE.“



# ZÁJEM O INFORMACE O SPRÁVNÉM SKLADOVÁNÍ POTRAVIN



# ČINNOSTI SPOJENÉ S NÁKUPEM OBALŮ A VÝROBKŮ



výrobky si kupují bez ohledu  
na množství obalů



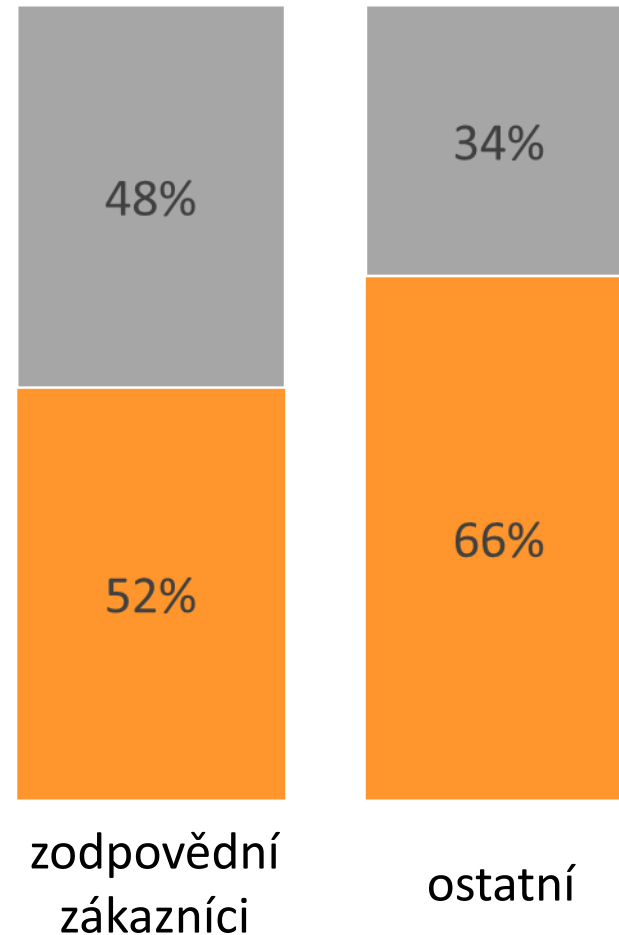
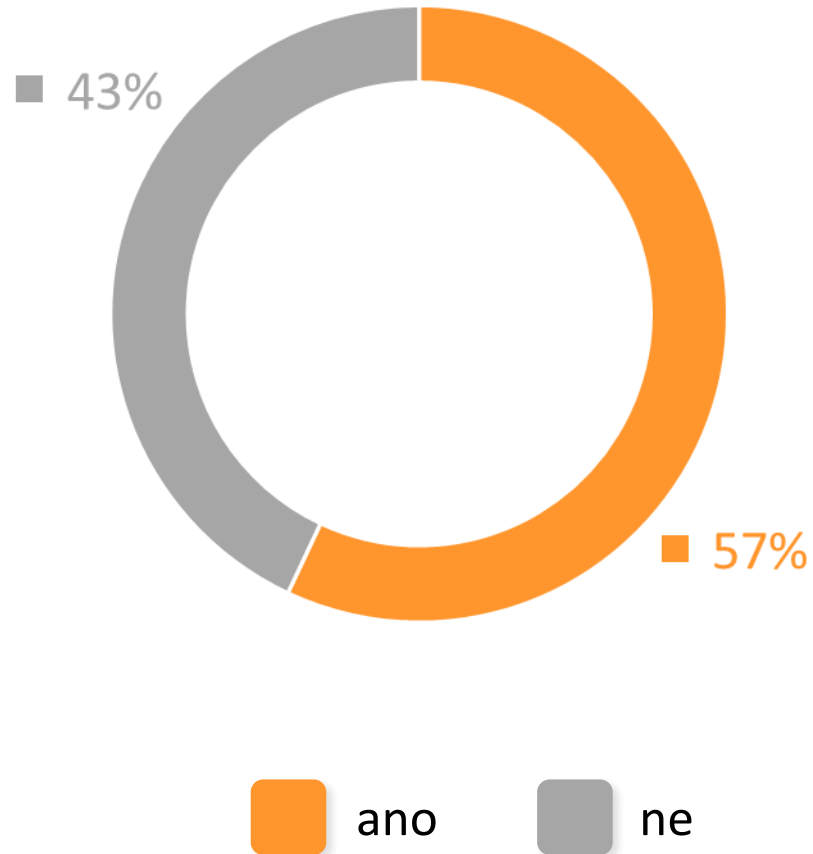
upřednostňují balené potraviny  
před těmi u pultu



*Pozn.: činnosti vykonávané často nebo alespoň občas*

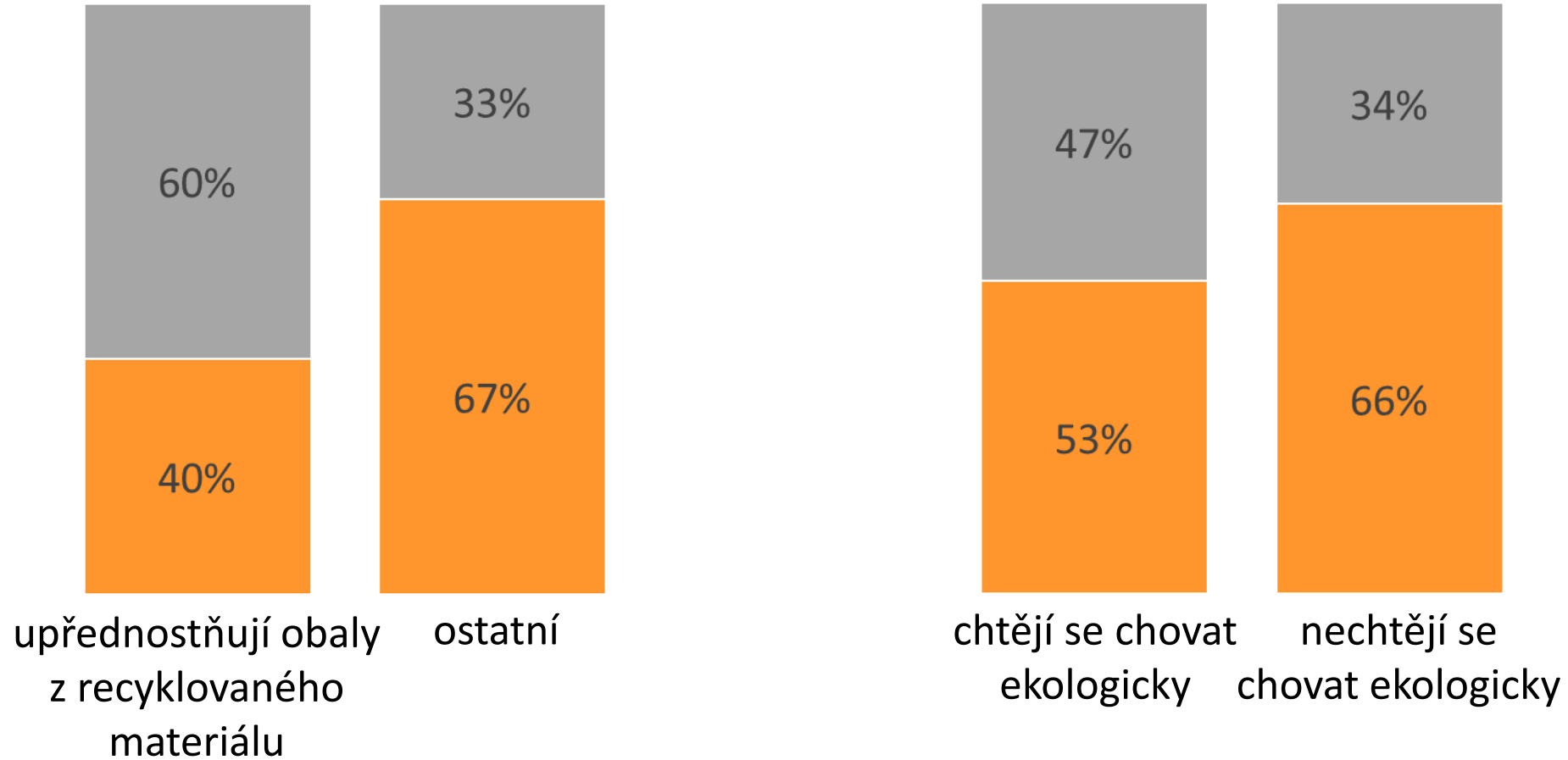
*Zdroj: INESAN (2022)*

# 57 % RESPONDENTŮ UVEDLO, ŽE NEMAJÍ PŘI NÁKUPU ČAS MYSLET NA ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ





# 57 % RESPONDENTŮ UVEDLO, ŽE NEMAJÍ PŘI NÁKUPU ČAS MYSLET NA ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ

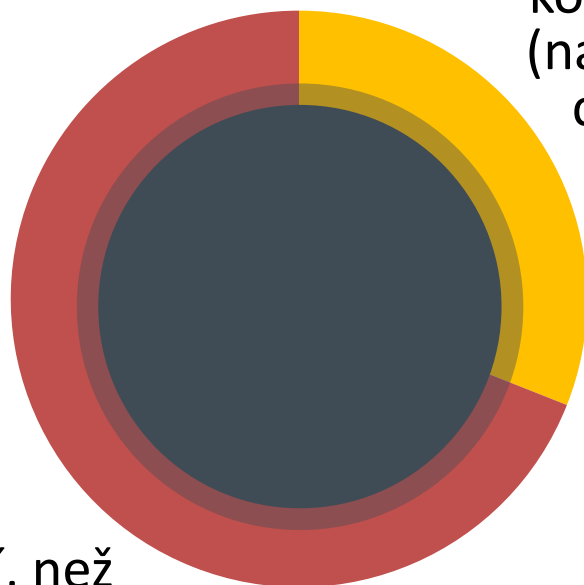


# PREFEROVANÁ VELIKOST BALENÍ NAKUPOVANÝCH POTRAVIN



**31 %**

přesné množství,  
kolik potřebuji  
(např. 100g) za  
cenu 18 Kč



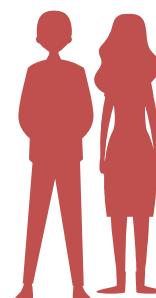
**69 %**

větší balení, než  
kolik skutečně  
potřebuji (např.  
200g) za cenu 20 Kč



**42 %** starších lidí

**46 %** respondentů žijících v obcích  
s 1 000 až 6 999 obyvateli



**79 %** respondentů z generace X

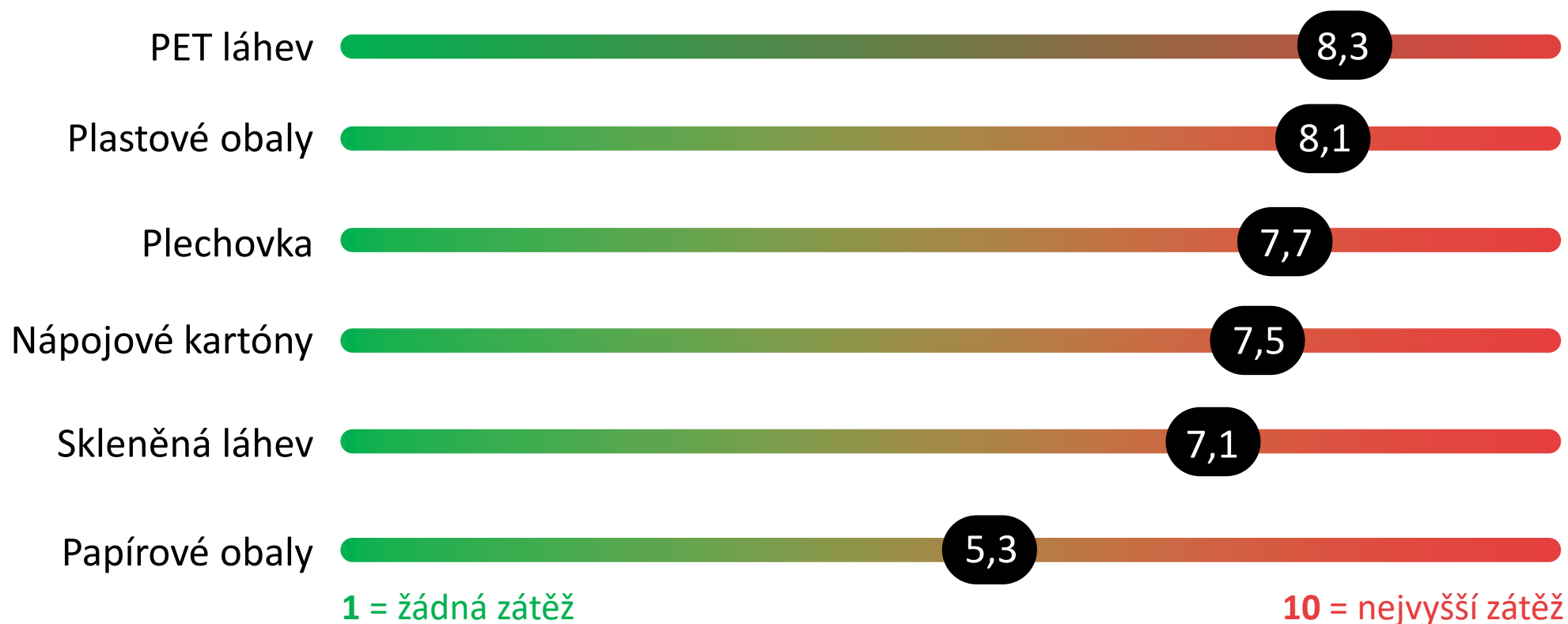
**83 %** respondentů žijících v obcích  
se 7 000 a více obyvateli

**86 %** respondentů žijících v bytě  
panelového domu

The background of the slide is a blurred photograph of a person in a white shirt sitting at a desk, writing on a laptop. The person's hands and the laptop keyboard are visible, though out of focus. A large, semi-transparent red rectangle is overlaid on the left side of the image, and a white rectangular box is overlaid on the right side, containing the title text.

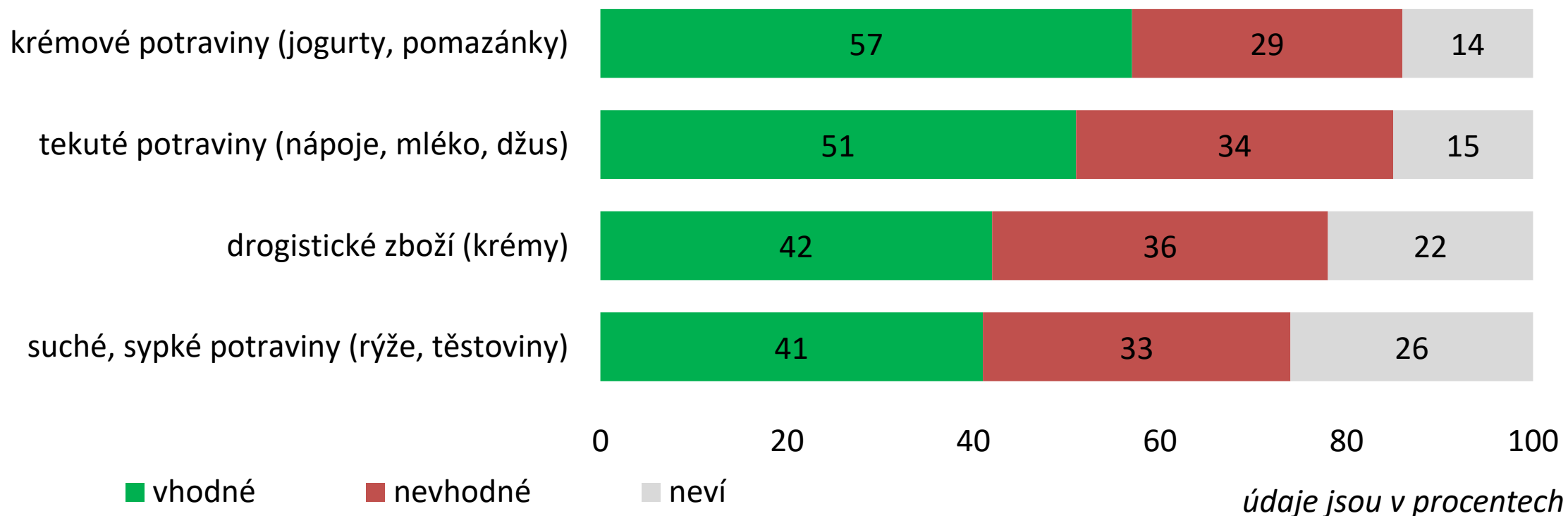
# **PERCEPCE CHARAKTERISTIK OBALŮ**

# VNÍMANÁ MÍRA ZÁTĚŽE VYBRANÝCH DRUHŮ OBALŮ PRO ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ

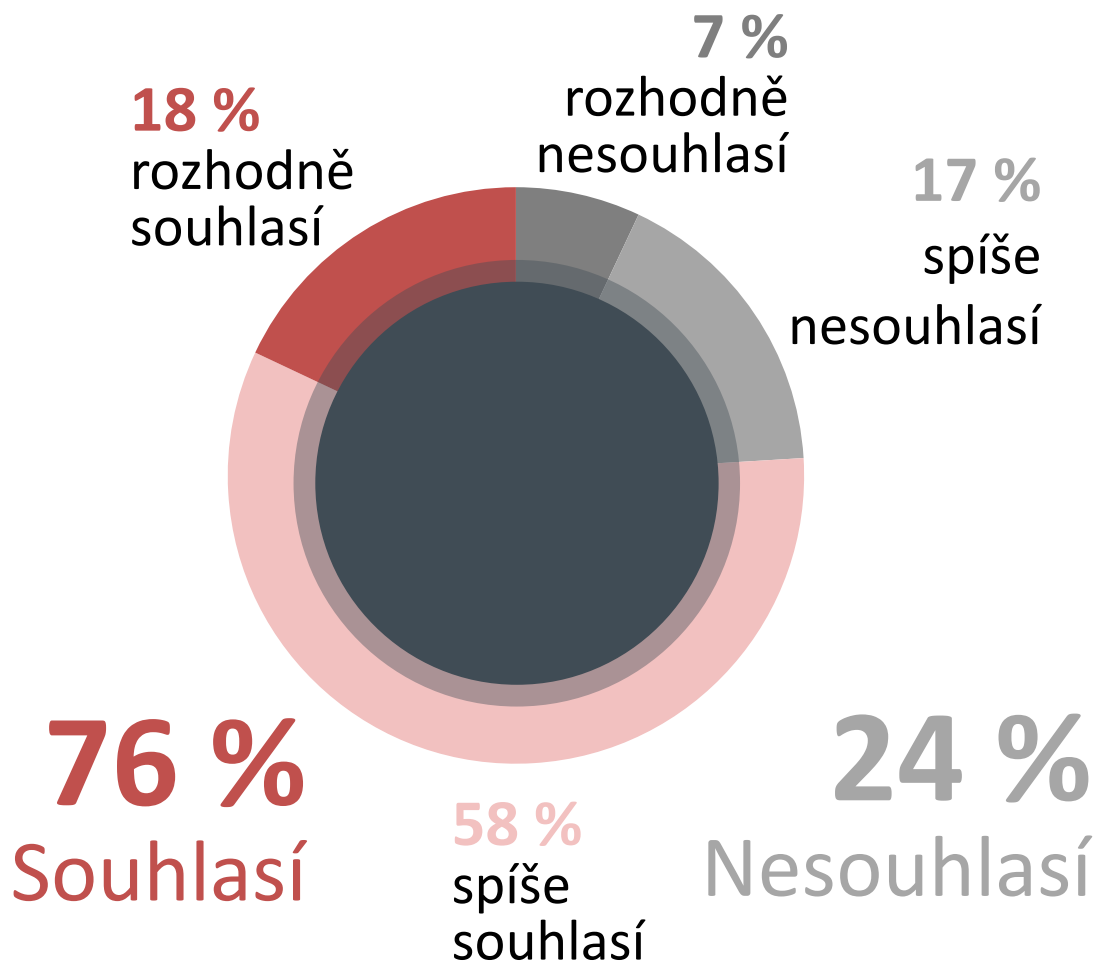




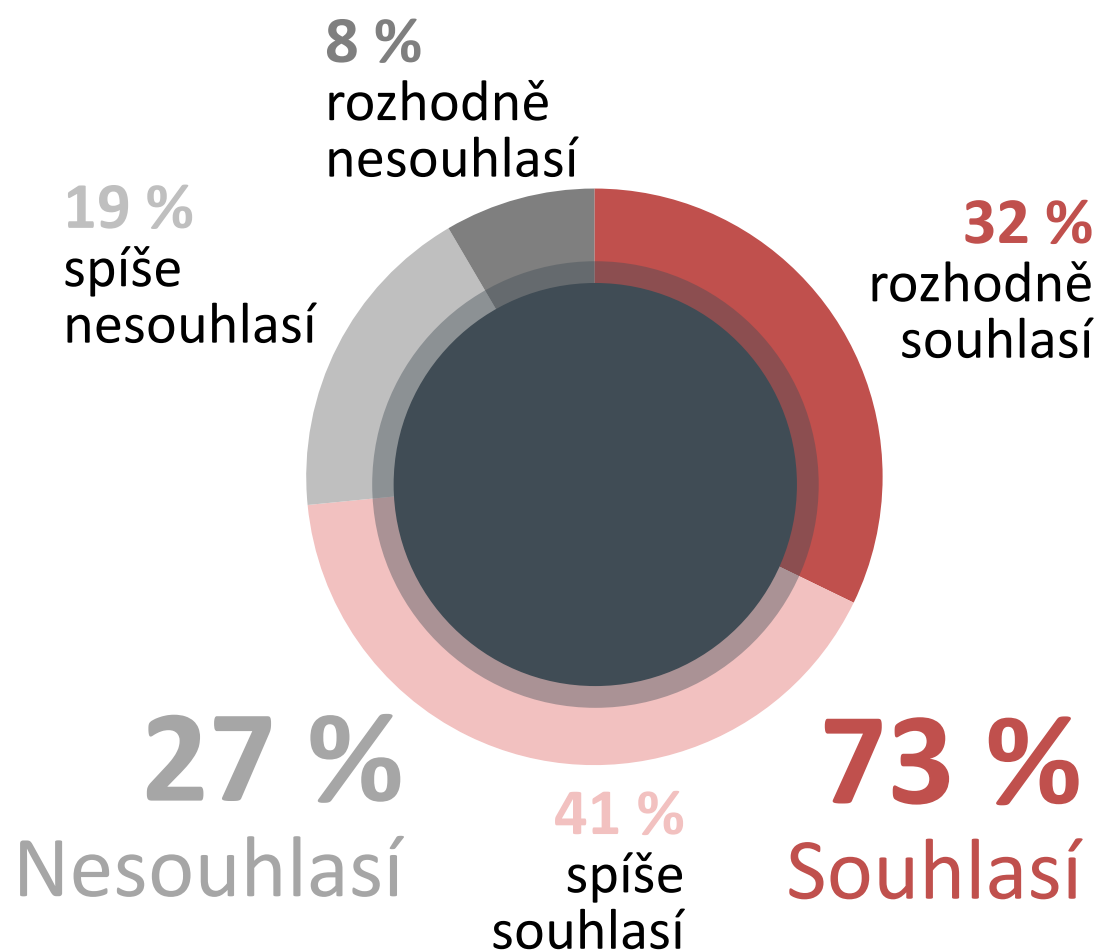
# VHODNOST PLASTOVÝCH OBALŮ PRO JEDNOTLIVÉ PRODUKTY



## „UCHOVÁVÁNÍM POTRAVIN V ORIGINÁLNÍM BALENÍ SE UDRŽÍ DELŠÍ DOBU ČERSTVÉ.“



## „OBALY POMÁHAJÍ SNÍŽIT MNOŽSTVÍ VYHOZENÉHO, NESPOTŘEBOVANÉHO JÍDLA.“



# ODHADOVANÉ DŮVODY VZNIKU POTRAVINOVÉHO ODPADU SOUVISEJÍCÍ S OBALY

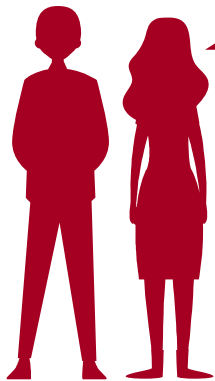
28 % nemohou být znovu uzavřeny / otevřeny

17 % obtížně se vyprazdňují

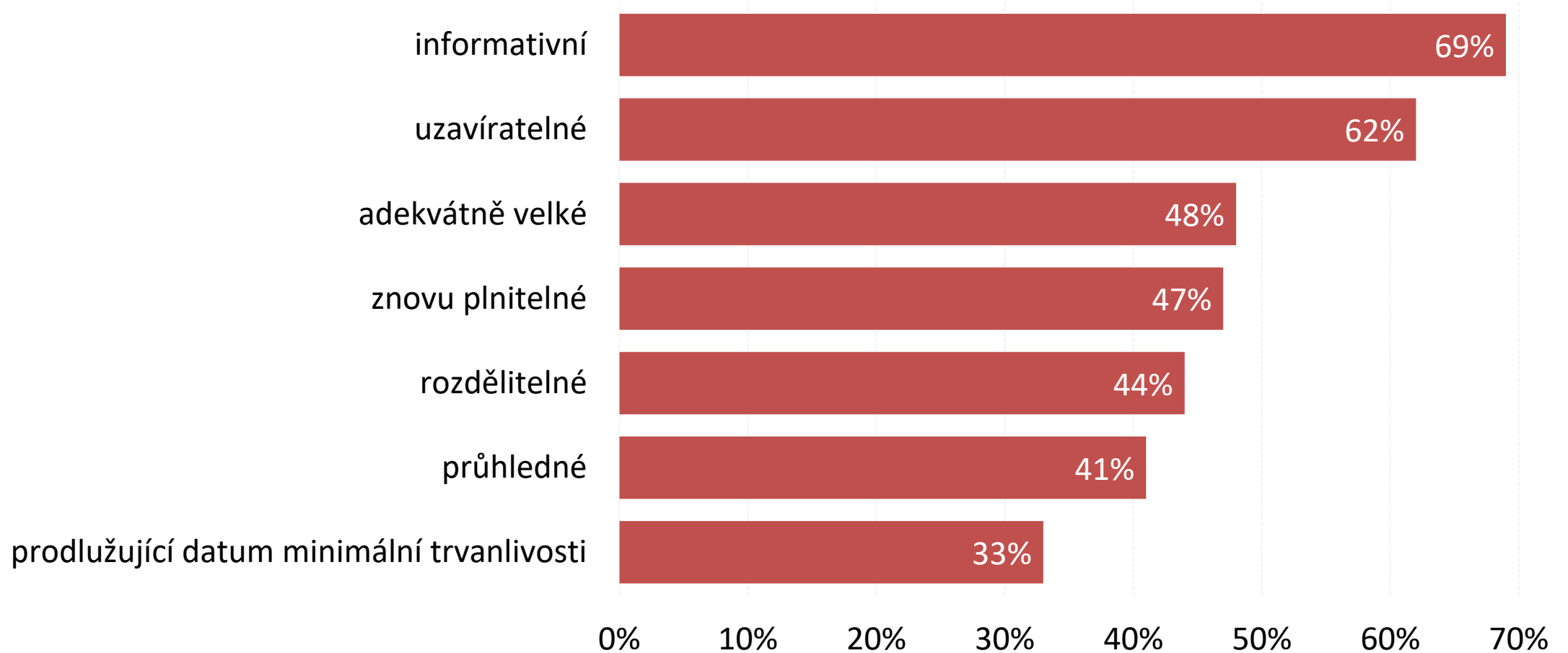
12 % negativní vliv na chuť

8 % nevhodná velikost

5 % obsah nemůže být sledován



# DŮLEŽITOST VYBRANÝCH CHARAKTERISTIK OBALŮ







# SOUHRN A ZÁVĚRY

BIOMÜLL

- 1 Obaly a jejich vlastnosti jsou důležitými determinantami vzniku potravinového odpadu.
- 2 Většina respondentů se shoduje, že obaly mohou pomoci snížit plýtvání potravinami.
- 3 Dotazovaní předpokládají, že plastové obaly mají negativní dopad na životní prostředí, ale jsou vnímány také jako opakovaně použitelné, snadno recyklovatelné a pohodlné.
- 4 Respondenti vyžadují na obalech prakticky použitelné informace.

# DISKUZE & OMEZENÍ

01

Zjištěné (deklarované) chování se může lišit od skutečnosti.

02

Nerozlišuje se (celkový) potravinový odpad od baleného potravinového odpadu.

03

Strukturální zázemí a vzorce chování domácností jsou důležité.





# INESAN

Jiří REMR

Institut evaluací a sociálních analýz

[jiri.remr@inesan.eu](mailto:jiri.remr@inesan.eu)

[www.inesan.eu](http://www.inesan.eu)