

Globus mapuje 30 let proměny českých chutí: od mražených polotovarů po kvalitní maso a pečivo

25.5.2026 - | Globus

Globus slaví 30 let od otevření prvního hypermarketu v Česku v Brně-Ivanovicích a bilancuje, jak se proměnil obsah nákupních košíků. A výsledek? V českých domácnostech se zabydlela kvalita a čerstvost. Přestože stále nedáme dopustit na pořádný flák masa a evergreeny české kuchyně jako je řízek a svíčková, čím dál častěji saháme po alternativních potravinách a BIO produktech.

Devadesátá léta se nesla v duchu porevolučního nadšení z objevování nových věcí a produktů. K vrcholným kulinářským zážitkům tenkrát patřil langoš, kuřecí plátek s broskví a sýrem, čínská polévka z pytlíku či vejce v aspiku. Od té doby se česká gastro scéna výrazně proměnila. Tehdejší fascinaci margaríny, mraženými polotovary a rychlým občerstvením vystřídal návrat k poctivosti a skutečné autenticitě. Po období útlumu kvality se na scénu vrátily řemeslné provozy jako jsou řeznictví a pekárny, které tu po mnoho desetiletí neexistovaly. Čím dál více si potrpíme na poctivé suroviny a experimentujeme i se způsoby přípravy jídla. Data potvrzují, že věrnost části tradiční kuchyně zůstává pevná, zákazníci ale více než kdy dříve hledí na kvalitu, čerstvost a moderní alternativy stravy. Podle Českého statistického úřadu jíme více ovoce i zeleniny, mléka i mléčných výrobků, masa, zároveň ale statistiky vykazují růst spotřeby alternativních a BIO potravin.

Co si dáme k obědu?

Tak jako tomu bylo i před třiceti lety, jsou dlouhodobými bestsellery v Restauracích Globus hovězí svíčková, řízky a také smažený sýr. Výrazně se však proměnila šíře nabídky. Zatímco v letech 1996 až 2005 restaurace nabízely mezi 6 a 10 jídlů denně, dnes si zákazníci vybírají z více než 20 pokrmů, a to včetně mezinárodní kuchyně, jako jsou asijské pokrmy, těstoviny, pizza nebo burgery. Češi si rádi zajdou nejen na oběd, ale restaurace dnes vyhledávají už na snídani. Každé ráno si mohou vybírat z bohaté nabídky slaných i sladkých jídel, která zahrnuje vaječné omelety, míchaná vejce, párky a klobásky, ovesnou kaši s ovocem, palačinky s tvarohem, lívance nebo třeba chia puding.

Konzervativní české chutě

Dva druhy salámu a pár kousků masa. I to byla realita řeznických pultů před třiceti lety. Dnes díky pestré nabídce není problém vybírat podle chuti, kvality, ale i dle ročního období. Jednou z nejširších nabídek mas a uzenin na trhu se Řeznictví Globus mohou pochlubit celoročně. Přesto má každá sezóna své favority. Na Velikonoce upřednostňují zákazníci uzené, v létě marinovaná masa, steaky, klobásky a další výrobky na gril, okolo Vánoc se pak zvyšuje poptávka po vinné klobáse. České chutě se však výrazně nemění, takže nejprodávanější stále zůstává vepřové maso. Téměř o čtvrtinu klesla poptávka po hovězím mase, naopak výrazně obilně se těší maso drůbeží. Jeho prodej vzrostl o cca 90 %. Zvýšil se podíl opracovaných mas a stále více nakupujeme polotovary. Zároveň přitom rostou naše nároky na kvalitu a výživovou hodnotu produktů. Zákazníci se zajímají o složení výrobků a preferují ty s vysokým podílem základní suroviny, a také bezlepkové varianty, které Řeznictví Globus začalo vyrábět jako jedno z prvních na trhu.

Kvasový chléb hraje u zákazníků prim

Pamatujete si na citronovou Babetu nebo svěženku? Mohli jste na ně narazit téměř v každé socialistické cukrárně či pekařství. Ještě v 90. letech se citronový moučník z piškotového těsta a zákusek s jemným máslovým krémem, šlehačkou a ovocným želé těšily velké popularitě, dnes byste je nejen na pultech Pekáren či Café Globus pultech hledali marně. Zato krajíc chleba, houska či rohlík z bílé mouky nebo kobliha na popularitě neztratili. Před třemi dekádami stejně jako dnes nechyběly na našich talířích. Tehdy se moc jiných alternativ sehnat nedalo, postupně se však nabídka tmavého, vícezrnného nebo celozrnného pečiva velmi rozrostla, přibýly také výrobky s vyšším obsahem proteinu, bezlepkové pečivo. Součástí běžného sortimentu Pekáren Globus jsou také croissanty, bagety, ciabatty, šátečky, taštičky z listového těsta se sladkou i slanou náplní, záviny a další speciality. Zákazník klade důraz na kvalitní řemeslné zpracování. Nedá dopustit chleba ze žitného kvasu, ale místo obřího pecnu o hmotnosti 1200 gramů raději sáhne po menší variantě o hmotnosti 900 gramů a 500 gramů. Stálíci zůstal také loupák s mákem, z dezertů pak větrník, věneček nebo koňaková špička. O víkendu si zákazníci Globusu rádi dopřejí velké koláče, štrúdlly či bábovky.

Privátní značky jako trend

Tento segment v devadesátých letech neexistoval. Dnes jsou pro mnohé zákazníky privátní značky první volbou, aniž by byly vnímány jako kompromis. Cena nadále zůstává klíčovým faktorem, ale prudce se zároveň zvýšilo vnímání kvality. Pokud se produkt privátní značky osvědčí, zůstávají mu zákazníci věrní a dávají mu přednost před brandovými výrobky. Globus aktuálně nabízí přes 2 000 produktů pod 15 značkami napříč celým segmentem, od základní řady Váš výběr přes Natuvel, Prego či Clino! až po prémiovou Globus Gold. Vlastní výroba Globus je pak samostatnou kategorií privátních značek. Všechny jsou úspěšné a zákazníci je pravidelně nakupují.

Průhledem Vlastní výroby Globus

Globus se od konkurence odlišuje unikátním konceptem Vlastních výrob. Vedle restaurací a kaváren, jsou to i pekárny a řeznictví, kde každý den stovky zaměstnanců s řemeslnou pečlivostí a dle originálních receptur vyrábějí čerstvé produkty z těch nejvyšších surovin. Ty pak putují rovnou na pulty. Vše na jednom místě.

Moderní doba je úlevou pro celiaky a příležitost odlehčit jídelníček

V 90. letech to měli lidé s potravinovými alergiemi nebo intolerancemi výrazně složitější než dnes. Neexistovalo povinné značení alergenů, samotná diagnóza často nebyla běžně rozpoznána ani lékaři. Alternativních produktů existovalo minimum, byly špatně dostupné a současně násobně dražší než běžné potraviny. Některé zboží se dalo sehnat pouze v lékárně, přes nemocnici či ve specializovaných obchodech a chroničtí pacienti museli složitě experimentovat s jídelníčkem, aby si ještě více neublížili. Postupně se zlepšovala diagnostika a s ní i nabídka produktů pro celiaky, diabetiky či lidi s alergií na kravskou bílkovinu. Dnes je součástí sortimentu v každém větším obchodě. Původně okrajový segment pro diagnostikované pacienty se stal součástí zdravého životního stylu. Globus nabízí v oddělení Zdravého světa přes 1100 potravin, nápojů i hotových jídel, která respektují aktuální výživové trendy a zároveň vyhoví i náročným potřebám jak pacientům s chronickými nemocmi, tak i vegetariánům, veganům či flexitariánům. Najdete mezi nimi i pokrmy s vysokým obsahem proteinu, hotové pokrmy a fermentované potraviny.

Data:

- Revoluci ve zdravém stravování ilustrují čísla trhu. Jedním z nejvýraznějších trendů posledního desetiletí je raketový nástup zdravé výživy. Celkový obrat s biopotravinami v ČR za posledních

10 let více než čtyřnásobně – z 3,19 mld. Kč v roce 2014 na 13,27 mld. Kč v roce 2024. Podle dat oddělení Globus Zdravý svět vzrostl.

- Oddělení Zdravý svět jsou od roku 2016 součástí hypermarketů Globus, ten tak reaguje na potřebu mít zdravé potraviny pohromadě pod jednou střechou. Nabízejí na 1100 alternativních potravin
- Rostlinné alternativy: Přibližně 5 % Čechů tvoří plant-based zákazníci a 4 % flexitariáni, kteří částečně omezují maso.
- Bezlepkové potraviny jsou legislativně definovány limitem max. 20 mg/kg lepku. Bezlaktózové produkty obsahují 0,01 % laktózy
- Pouze cca 3 % populace drží specifické diety (včetně bezlepkové) bez a včetně lékařského screeningu. Reálná spotřeba těchto produktů je však výrazně vyšší (přesah mimo medicínskou potřebu)
- 38 % Čechů se snaží jíst zdravě

Výhled do budoucna

Budoucnost retail uvidí Globus v kombinaci rychlosti a kvality. V lednu jsme spustili vlastní rozvoz zboží skrze e-shop globusonline.cz. Zákazníci si mou vybírat z desítek tisíc položek, včetně vyhlášených produktů z Vlastních výrob Globus. Sortiment stále rozšiřujeme a díky strategickému logistickému partnerovi DODO můžeme z Prahy a Ostravy postupně expandovat do dalších lokalit. Vedle rozvoje konceptů pro rychlé nákupy pokračuje také důraz na pečlivý výběr surovin a produktů bez zbytečných aditiv, přívětivé zákaznické prostředí či dostupnost. Cílem je nabízet stabilitu, kvalitu, a moderní stravovací styl.

<https://www.globus.cz/o-nas/tiskove-zpravy/globus-mapuje-30-let-promeny-ceskych-chuti-od-mrazenych-polotovaru-po-kvalitni-maso-a-pecivo>