

Tisíce zákazníků objevilo kouzlo potravin s druhou šancí. Rohlík.cz představil novou cestu k udržitelným delikatesám

3.2.2025 - | Rohlik.cz

Potraviny, které by jinak skončily jako potravinový odpad, dostávají nový život. Rohlík.cz jako první evropský maloobchodník zařadil do nabídky speciální kategorii upcyclingových produktů, a čísla mluví jasně - Češi si tuto novinku rychle oblíbili. Během prvních měsíců se prodalo více než 31 tisíc upcyclingových produktů a nakoupilo je přes 16 tisíc zákazníků.



„Vnímáme upcycling jako opravdu inovativní způsob, jak efektivně využít dostupné zdroje a snížit náklady. Tento přístup nám od začátku vytváří prostor pro nové příležitosti a zároveň podporuje malé dodavatele. A říká-li se, že jen každá pátá inovace má úspěch, u upcyclingu je úspěch ještě markantnější. O to více si vážíme, že zrovna tyto produkty s příběhem si mezi zákazníky nachází takovou oblibu,“ uvádí CEO společnosti Rohlík.cz Martin Behaň.

Jídlo bez plýtvání

Upcycling v potravinářství znamená přeměnu surovin, které by jinak přišly nazmar, na plnohodnotné produkty. Tento koncept získává na popularitě nejen mezi ekologicky smýšlejícími zákazníky. Rohlík.cz tento koncept přiblížil zákazníkům v říjnu 2024, kdy spustil první specializovanou upcyclingovou kategorii v Evropě.

Dnes, o několik měsíců později, je jasné, že zákazníci tento krok ocenili. Více než **31 500 prodaných upcyclingových produktů** a **16 600 zákazníků**, kteří si je vyzkoušeli, ukazují, že cesta ke snížení potravinového odpadu přes upcycling má v Česku své místo.

Od neprodaného zboží k lahůdkám

V současné době obsahuje upcyclingová sekce přes 50 produktů od více než 15 dodavatelů, přičemž některé z nich jsou dostupné exkluzivně jen na Rohlík.cz. V nabídce se objevují například chipsy z neprodaného pečiva, džusy z nevzhledného ovoce nebo granoly z vedlejších produktů pivovarnictví.

Tento projekt nejen bojuje proti plýtvání, ale také podporuje malé výrobce, kteří se snaží efektivně využít suroviny a snížit odpad ve výrobním procesu.

Podobné trendy se potvrzují i v zahraničí. V USA po zavedení upcyclingové certifikace 70 % spotřebitelů zvýšilo svůj zájem o tyto produkty a 62 % je ochotno si za ně připlatit. Tento trend se nyní projevuje i u nás.

„Zákazníci chtějí podporovat udržitelnost, ale nemají čas na složité zkoumání trhu. My jim nabízíme upcyclingové produkty přehledně na jednom místě, a tím jim usnadňujeme rozhodování,” upřesňuje Martin Beháň z Rohlíku.

Do konce roku 2025 dvojnásobek produktů

Rohlík.cz hodlá v tomto trendu pokračovat i nadále – do konce roku plánuje rozšířit nabídku upcyclingových produktů na dvojnásobek.

S úspěchem této kategorie se tak potvrzuje, že budoucnost patří chytrým a odpovědným řešením. Jídlo s druhou šancí není jen trend – je to cesta, jak udržitelnost přirozeně zapojit do každodenního života.