

ČEŠI NAKUPUJÍ HEZKY ČESKY: 6 Z 10 ZÁKAZNÍKŮ PREFERUJE DOMÁCÍ VÝROBCE, ŘÍKÁ PRŮZKUM

2.6.2025 - | PENNY MARKET

Nakupovat hezky česky? To je výrazná priorita pro většinu lidí v Česku. Podle nejnovějšího průzkumu řetězce PENNY považují domácí původ potravin za rozhodující faktor při nakupování tři pětiny Čechů. Zatímco ženy tak činí častěji s ohledem na udržitelnost, pro muže je český obsah košíků věcí národní cti.

Patriotismus jako kritérium při nakupování potravin je důležitý pro všechny generace, postupně s věkem přitom narůstá. Zatímco v generaci 18 až 26 let je český obsah nákupního košíku zásadní pro 47 % dotazovaných, u zákazníků v předddůchodovém věku jejich podíl stoupá na 70 %.

říká **Florian Naegele, generální ředitel PENNY.**

PENNY vychází zájmu zákazníků vstříc a k podpoře českých producentů dlouhodobě a systematicky. Spotřebitelé najdou v nabídce PENNY téměř výhradně české pečivo. Dominantní roli hraje také české pivo, uzeniny a další potraviny. Mnohé z nich prodává PENNY pod svými privátními značkami.

Hezky česky: z lásky i z rozumu

Lokální producenti se u Čechů těší značné oblibě z několika důvodů. Celkem 63 % respondentů uvedlo, že dávají přednost domácím výrobcům kvůli větší důvěře v jejich produkty. Pro 60 % spotřebitelů je hlavní motivací touha podpořit české zemědělce a výrobce, protože tak zároveň podporují i tuzemskou ekonomiku.

Zejména pro ženy hraje roli i to, že nákup od lokálního výrobce považují za ekologičtější – výrobce je zákazníkovi blíže, a potraviny tak není třeba přepravovat na dlouhé vzdálenosti. Naopak muži ve větší míře nakupují české potraviny jako výraz zdravé národní hrdosti.

Pečivo, mléko, pivo

Průzkum dále ukázal, že preference českého původu se u jednotlivých potravin a produktů liší. Výhradně nebo alespoň s velkou převahou saháme nejčastěji po domácím pečivu (70 %), mléku (53 %), pivu (51 %) nebo vejcích (48 %). Právě tyto kategorie mají v nabídce PENNY silné zastoupení s důrazem na český původ. Naopak u slazených nápojů (7 %) se nebojíme do košíku dát zahraniční zboží.

Regiony regionům

Téma původu potravin obzvlášť rezonuje v regionech mimo hlavní město. Rekordmany jsou v tomto ohledu obyvatelé Zlínského a Moravskoslezského kraje, kde české dodavatele preferuje 71 % obyvatel. Menší prioritu pro domácí potraviny mají Pražané. (48 %).

PENNY se hlásí k českosti nejen v nabídce produktů, ale i podporou českého sportu. Dlouhodobě pomáhá s organizací celorepublikových závodů Běhej lesy a spolupracuje s Českou obcí sokolskou. Od loňského roku je navíc generálním partnerem Fotbalové asociace České republiky a stojí tak za českým fotbalem, sportem, který spojuje miliony fanoušků napříč generacemi.

<https://www.penny.cz/cesi-nakupuji-hezky-cesky-6-z-10-zakazniku-preferuje-domaci-vyrobce-rika-pruzkum>