

PRŮZKUM: ČESKÉ POTRAVINY SI ŽÁDÁ VELKÁ VĚTŠINA LIDÍ. PENNY JIM NA VELIKONOCE NABÍZÍ DOMÁCÍ VÝROBKY V AKCI

26.3.2024 - | PENNY MARKET

Domácí původ potravin je pro české zákazníky důležitý.

Podle čerstvého průzkumu PENNY se jím při nákupech řídí 62 procent lidí. Více se na tuzemské označení zaměřují ženy (65 %) než muži (58 %) a střední a starší generace. Nejčastějším důvodem volby domácích potravin, který udává šest z deseti Čechů, je snaha podpořit české a moravské producenty a domácí ekonomiku. Právě nyní vychází PENNY Čechům v jejich preferencích vstříc. Ode dneška v týdenní velikonoční akci nabízí výrobky s certifikovaným označením „Česká potravina“ s desetiprocentní slevou.

Téměř polovina tuzemských nakupujících dává podle průzkumu, který na vzorku 1000 respondentů realizovala pro PENNY mezinárodní průzkumná společnost TALK, přednost domácí produkci proto, že jim připadá neekologický dovoz potravin na velké vzdálenosti. Více než čtyřicet procent lidí pak nákupy domácích potravin považuje za výraz národní hrdosti. Kvalitu české produkce jako důvod k jejímu nákupu pak udávají tři z deseti Čechů, sedmnáct procent lidí tvrdí, že jde o zvyk, který nechťejí měnit. Zajímavostí je, že pouze 5 procent lidí pak jako důvod k nákupu uvádí nízkou cenu domácí produkce.

Ode dneška ale mají Češi možnost oblíbených a přitom výhodných „českých“ nákupů. PENNY totiž ve velikonočním čase nabízí trvanlivé výrobky s ochranným označením „Česká potravina“ ve speciální akci s desetiprocentní slevou. „Chceme podpořit Velikonoce takové, jaké je mají lidé rádi, tedy v duchu českých a moravských tradic, a dopřát jim k tomu možnost nákupu českých výrobků za zvýhodněné ceny. Zlevňujeme veškerý sortiment trvanlivých potravin označených značkou Česká potravina. To jsou výrobky, které jsou vyrobeny z domácích surovin a zpracované tuzemskými firmami. Celkem bude v týdenní akci přes 200 produktů,“ říká vedoucí strategického marketingu PENNY Vít Vojtěch. Řetězec tak touto akcí ještě podpoří své zaměření na českou produkci. I podle průzkumu považuje veřejnost PENNY za prodejce s největším podílem českých výrobků. Nová akce je zároveň dalším pokračováním podpory českých aktivit, na které se PENNY zaměřuje. „Dlouhodobě podporujeme vše české v duchu hesla ‘žijeme hezky česky’, například lokální český sport nebo naše seniory. Je proto logické, že ve velikonočním čase navazujeme podporou prodeje potravin od českých a moravských producentů,“ doplňuje Vít Vojtěch.

Podle dat z průzkumu Češi vůbec nejčastěji z domácích výrobků nakupují chléb a pečivo, mléko, vejce a pivo. Více než třetina pak ještě maso, uzeniny a zakysané mléčné výrobky a sýry. Přitom mají tendenci si ověřovat, jaké potraviny kupují. Zemi původu kontroluje podle průzkumu téměř polovina nakupujících (47 procent) u všech potravin. Osm z deseti Čechů tak činí alespoň u některých výrobků.

Ochranou známku „Česká potravina“ mohou využívat jednosložkové potraviny ze 100% složkou z České republiky, přičemž prvovýroba, a všechny fáze výroby musí proběhnout na našem území. U vícesložkových potravin musí součet hmotnosti složek pocházejících z České republiky tvořit nejméně 75 % celkové hmotnosti a výroba rovněž je na území České republiky.

<https://www.penny.cz/pruzkum-ceske-potraviny-si-zada-velka-vetsina-lidi-penny-jim-na-velikonoce-na-bizi-domaci-vyroby-v-akci>