

Vztah Čechů k alkoholu se mění. Pijí méně a prokládají ho nealkem

23.7.2025 - | Plzeňský Prazdroj

Více než 60 % hostů v českých hospodách a barech přiznává, že se snaží přistupovat ke konzumaci alkoholu odpovědně. Vyplývá to z průzkumu agentury g82 pro Plzeňský Prazdroj, který oslovil přes 900 respondentů. Nejčastěji tak činí zpomalením tempa a množstvím pití (48 % oslovených), ale také tím, že si místo alkoholického nápoje objednají raději nealko (47 %) nebo účinky alkoholu vyvažují malým jídlem (28 %). Čtyři z deseti dotázaných navíc uvádějí, že střídají alkoholické a nealkoholické nápoje.

„Přístup Čechů k alkoholu se v posledních letech výrazně mění. Je to dané změnou životního stylu. Lidé žijí aktivněji a většina návštěvníků jde do restaurace za zábavou, příjemným zážitkem a k pití alkoholu přistupuje zodpovědněji než dříve. Mnohem častěji také sahají po nealkoholických variantách svých oblíbených nápojů. Tento trend vidíme i na našich tuzemských prodejkách nealkoholických piv, před dvaceti lety jejich podíl činil zhruba 1 %, loni to bylo už 12 %,“ uvádí Pavlína Kalousová, ředitelka firemních vztahů a komunikace Plzeňského Prazdroje.

Zájem o nealkoholické pivo celkově v Česku roste, a to už více než 10 let. Loni dosáhl jeho tuzemský výstav rekordních 1,6 milionu hektolitrů. Naopak průměrná spotřeba alkoholického piva na obyvatele loni opětovně klesla, podle Českého svazu pivovarů a sladoven v roce 2024 vypil každý Čech v průměru o 16 litrů piva méně než v roce 2019.

Průzkum ukazuje, že umírněnější vztah hostů k alkoholu znamená i klidnější prostředí v restauracích a barech. To přináší pozitivní efekt nejen pro samotné hosty, ale i pro provozovatele, protože návštěvníci v takových podnicích tráví více času, cítí se příjemněji a častěji se vracejí. Tři čtvrtiny lidí uvedly, že si více užívají prostředí, kde mají větší soukromí a prostor pro nerušený rozhovor.

Zodpovědněji se podle průzkumu chovají ženy, které v průběhu večera regulují pití v 66 % případů. U mužů se tento podíl pohybuje na 54 %. Muži se někdy obávají poznámek od kamarádů, pokud by si objednali nealkoholickou variantu a konzumaci tím zpomalili. Výzkum také ukázal, že střídmejší jsou mladší lidé ve věku 18 až 39 let, kteří snižují tempo a intenzitu svého pití v 63 % případů.

CIRKUS ukazuje, že zodpovědnost není nuda

Nová kampaň CIRKUS, kterou Prazdroj cílí především na mladší dospělé konzumenty, podporuje uměřenou konzumaci alkoholu. Jádrem kampaně z dílny Lafluence Agency tvoří 6 krátkých videí tematicky zaměřených na různé aspekty nezodpovědného pití, například pití za volantem, na vodě, alkohol u nezletilých a další.

„V rámci cirkusového prostředí jsme přenesli téma společensky odpovědné konzumace do světa, kde se střetává zábava, chaos a inspirace. Cirkus slouží jako metafora života, kde lidé čelí různým rozhodnutím a výzvám. Ukazujeme, že každý je režisérem svého života a každý se může rozhodnout správně, a inspirujeme k zodpovědnému přístupu při konzumaci alkoholu. Věříme, že zodpovědnost není nuda, a naopak může být vyjádřením stylu a sebevědomí,“ popisuje rámec kampaně Jolana Hájková, senior specialista společenské odpovědnosti v Plzeňském Prazdroji.

Videa běží na sociálních sítích Instagram a Tik Tok na profilech @napivosrozumem a @respektuj18. Další část kampaně představují medailonky pěti zajímavých mladých lidí, kteří sdílejí své zážitky a

inspirují tím, co tvoří, nikoliv tím, co vypili. Postupně se na sítích představí tatérka a jogínka Barbora Cielecká aka Duhovka, designérka a podnikatelka Eliška Nováková, grafička a designérka Karolína Baumann, MC a trenér Adam Provazník a akrobat Adam Rameš.

FLINE změří promile a podpoří strýzlivost

Prazdroj se svou kampaní nezůstává jen v digitálním prostředí. Z Belgie přivezl speciální digitální alko testery FLINE, které poprvé představil návštěvníkům na hudebním festivalu Colours of Ostrava a v následujících dvou měsících si je budou moci vyzkoušet lidé ve vybraných hospodách po celém Česku, např. v Ostravě, Praze, ale i v Jeseníkách nebo jihomoravských Mutěnicích. Testery anonymně změří obsah alkoholu v krvi během několika vteřin, porovnávají výsledek s doporučenými limity, zpřístupňují fakta a tipy k zodpovědné konzumaci.

Poznámka pro editory

- *S exportem do téměř 50 zemí celého světa je **Plzeňský Prazdroj** lídrem mezi výrobci piva v regionu a největším exportérem českého piva.*
- *Plzeňský Prazdroj získal v roce 2024 v žebříčku aliance Byznys pro společnost TOP Odpovědná firma první místo v hlavní kategorii „TOP odpovědná velká firma“ a také první místo v oborové kategorii „TOP odpovědná firma v životním prostředí“.*
- *Plzeňský Prazdroj je zodpovědným výrobcem a prodejcem alkoholických nápojů. Dlouhodobě prosazuje odpovědnou konzumaci alkoholu a svým spotřebitelům doporučuje, aby přistupovali k alkoholu s rozvahou. Dospělým zákazníkům zároveň nabízí široké portfolio nealkoholických pív a pivních mixů různých příchutí, které získávají na oblibě. Kromě značky Birell zahrnuje nabídka i produkty Kozel Nealko a Peroni 0.0, uvedené na trh v loňském roce.*
- *Společnost je signatářem několika iniciativ podporujících odpovědnou konzumaci alkoholu, například International Alliance for Responsible Drinking, The Brewers of Europe nebo Etického kodexu Českého svazu pivovarů a sladoven. Plzeňský Prazdroj má také vlastní Kodex komerční komunikace, který stanovuje přísnější pravidla pro marketingovou komunikaci, než jaké vyžaduje legislativa. Veškerá komunikace značky, jak alkoholických, tak nealkoholických produktů, je určena výhradně osobám starším 18 let. Problematické odpovědné konzumace se věnuje i prostřednictvím platformy **napivosrozumem.cz**, na kterou upozorňuje na všech obalech a propagačních materiálech.*
- *Kromě toho se Plzeňský Prazdroj věnuje i vlastní preventivní činnosti a vzdělávacím programům, které podporují odpovědný přístup k alkoholu u dospělých a zdůrazňují nutnost ochrany nezletilých před jeho konzumací. Dlouhodobě se angažuje v kampani **Respektuj 18!**, jejímž cílem je edukace dospělých o tom, jak s mladistvými na téma alkoholu hovořit. Na této iniciativě spolupracuje více než deset let s Centrem protidrogové prevence a terapie a organizací Podané ruce. Plzeňský Prazdroj věří, že právě mezisektorová spolupráce je klíčem k efektivnímu řešení problémů spojených s užíváním alkoholu mladistvými.*
- ***Lafluence Agency** je česká marketingová agentura specializující se na influencer marketing. Zaměřuje se na propojování značek s relevantními influencery napříč různými platformami, zejména Instagramem, YouTube a TikTokem. www.lafluence.com*

<https://www.prazdroj.cz/vztah-cechu-k-alkoholu-se-meni-piji-mene-a-prokladaji-ho-nealkem>