

Průzkum: Klimatická změna nahrává nealkoholickým pivům. V tropických dnech jím lidé hasí žízeň nejčastěji

15.9.2025 - | Plzeňský Prazdroj

Podle průzkumu Ipsos Instant Research pro Plzeňský Prazdroj[1] má 71 % Čechů v teplém letním počasí větší chuť na pivo. Chladnější a deštivější klima způsobuje opak. Letošní léto výsledky průzkumu potvrzuje. Červenec byl výrazně chladnější a deštivější než ten loňský. Průměrná teplota dosáhla v Česku 17,9 stupně, což je mírně pod dlouhodobým normálem a o 1,9 stupně méně než loni. Současně pršelo více, než je v posledních letech obvyklé. „Ještě větší rozdíl byl letos v srpnu, který s průměrnou teplotou 17,7 stupně zaostal za tím loňským o 2,5 stupně. To zásadním způsobem ovlivňuje pivovarnictví a celou gastronomii. V červenci a srpnu jsme tak v Česku prodali o téměř 10 % piva méně než ve stejném období loni. Zcela opačnou situaci jsme ale letos viděli například ve Skandinávii, kde bylo mimořádně teplé léto. Třeba Finsko zaznamenalo v červenci 15 dní s teplotou nad 30 °C a náš červencový export do Finska, Švédska a Norska tak byl skoro o 60 procent vyšší než loni,“ říká Roman Trzaskalik, obchodní ředitel Plzeňského Prazdroje.

Počasí ovlivňuje, jaké pivo pijeme

Téměř polovina respondentů v průzkumu uvádí, že počasí ovlivňuje jejich pivní preference. Čím je v létě tepleji, tím více se přiklánějí ke slabším, a především k nealkoholickým pivům. Zatímco při teplotě do 19 stupňů sahá po nealko pivu 30 % spotřebitelů, při teplotě do 29 stupňů je jich už polovina, a jakmile se teploty přehoupnou přes tropickou třicítku, volí nealkoholické pivo včetně ochucených variant téměř 77 % dospělých. *„Spotřeba nealkoholických piv se s rostoucí teplotou v létě rapidně zvyšuje, navíc nealko piva reagují na výkyvy počasí mnohem silněji než ležáky, svrchně kvašená piva nebo desítky. S trochou nadsázky lze říct, že popularitě nealko piv v posledních dekádách nahrává nejen změna životního stylu, ale také klimatická změna. Vidíme to i na prodejích, před 20 lety tvořil tento segment 1 % našich tuzemských prodejů, loni to bylo už 12 %,“* uvádí Roman Trzaskalik.

Tropických dní s teplotou nad 30 stupňů, kdy lidé po nealko pivu sahají nejčastěji, přitom v Česku dlouhodobě přibývá. Zatímco do roku 1990 jich podle Českého hydrometeorologického ústavu nebývalo průměrně víc jak 10 za rok, letos v létě jich bylo už 35 a loni dokonce 48. Rekordmanem je z tohoto pohledu rok 2018 s 60 tropickými dny během léta. I samotní konzumenti přitom v průzkumu přidělili nealko pivu roli nejlepšího společníka právě v parném počasí. Na otázku, proč v létě dávají přednost nealkoholickému pivu před tím alkoholickým, jich téměř sedmdesát procent odpovědělo, že kvůli osvěžení při horku.

Naopak v Česku tradiční ležáky se nejvíce pijí v chladnějším počasí, s rostoucími teplotami jejich spotřeba klesá. Když v létě teplota nepřesahuje 19 stupňů, pak je preferuje 55 % dotázaných. Pokud se ale vyčáslí a teplota stoupne k 29 stupňům, po ležáku sáhne 33 % konzumentů, ve dnech, kdy je přes třicet stupňů, pak jen 18,5 %. Podobný pokles zájmu v závislosti na rostoucí teplotě zaznamenávají i svrchně kvašená piva stylu IPA, APA či ALE. Téměř 15 % lidí si je vychutnává, když je venku do 19 stupňů, jen 9,5 %, když teplota vzroste o dalších 10 stupňů, a v tropických dnech se objevuje na stole pouze u necelých 5 % lidí. *„Svrchně kvašená piva mají často vyšší hořkost a také větší obsah alkoholu. To způsobuje, že v letních horkých dnech nejsou pro spotřebitele první volbou.“*

Naopak s teplejším počasím roste zájem o výčepní piva. Pro 32 % dotázaných jsou jasnou volbou, když je maximálně 19 stupňů. Když teploměr stoupá ke třicítce, vzroste obliba desítek na 48 %. Jakmile se se ale ještě víc oteplí, poklesne zájem i o desítky (39 % respondentů) a lidi sahají po nealko pivu,” vysvětluje Roman Trzaskalik. Malá, ale poměrně stabilní je pak kategorie tzv. kyseláčů, jejich obliba mezi respondenty se bez ohledu na počasí a teplotu pohybuje okolo 3 %.

Teplo má vliv na plánování a logistiku

Počasí neovlivňuje jen chutě spotřebitelů, ale i plánování a logistiku pivovarů. Proto Prazdroj využívá speciální analytický model, který pomáhá z dat z minulosti plánovat výrobu a distribuci piva v budoucnu. K historickým údajům o teplotách, srážkách a dalších ukazatelích za posledních deset let, které čerpá od Českého hydrometeorologického ústavu, přidává data o spotřebě piva v daném počasí. *„Model nám ukazuje, jakou roli hraje oteplení nebo naopak ochlazení. Každý teplotní posun o jeden stupeň nahoru nebo dolů od dlouhodobého průměru znamená obvykle změnu o 1,5 % až 3 % v prodeji pív, především těch čepovaných. Díky tomu dokážeme lépe plánovat logistiku v následujícím roce, aby piva vždy a na všech místech bylo dostatek,”* dodává Jakub Štaif, manažer plánování poptávky Plzeňského Prazdroje.

Pivo u táboráku nebo na festivalu

Dobře vychlazené pivo si účastníci průzkumu v létě nejčastěji spojují s posezením u táboráku (53 % respondentů), hudebním festivalem (42 %), ale také s prací na zahradě (40 %), kempováním (31 %) nebo výletem do přírody (28 %). Právě význam hudebních festivalů z hlediska prodeje piva trvale roste. *„Za posledních deset let – s výjimkou útlumu v covidovém období – se prodeje piva na festivalech, koncertech a dalších letních eventech neustále zvyšují. Jen letos pozorujeme oproti loňsku zhruba 10% nárůst. Lidé se chtějí setkávat a bavit, užít si svou oblíbenou hudbu a zároveň si přitom vychutnat dobře vychlazené pivo. Tomu odpovídá i náš servis. Na festivalech stále častěji nabízíme kromě sudového i tankové pivo nebo zóny, kde se čepuje do skla,”* dodává Roman Trzaskalik.

Procenta z celkového počtu 1050 respondentů. Respondenti mohli volit více možností odpovědi. Průzkum pro Plzeňský Prazdroj, srpen 2025, 1050 respondentů. Sběr dat byl realizován prostřednictvím aplikace Instant Research agentury Ipsos.

[1] Průzkum pro Plzeňský Prazdroj, srpen 2025, 1050 respondentů. Sběr dat byl realizován prostřednictvím aplikace Instant Research agentury Ipsos.

Poznámka pro editory:

- *S exportem do zhruba 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“.*

<https://www.prazdroj.cz/pruzkum-klimaticka-zmena-nahrava-nealkoholickym-pivum-v-tropickych-dnech-jim-lide-hasi-zizen-nejcasteji>