



Nákupní zvyklosti 2018: Obaly a třídění

29. 11. 2018

Většina respondentů by byla pro zálohované plastové lahve

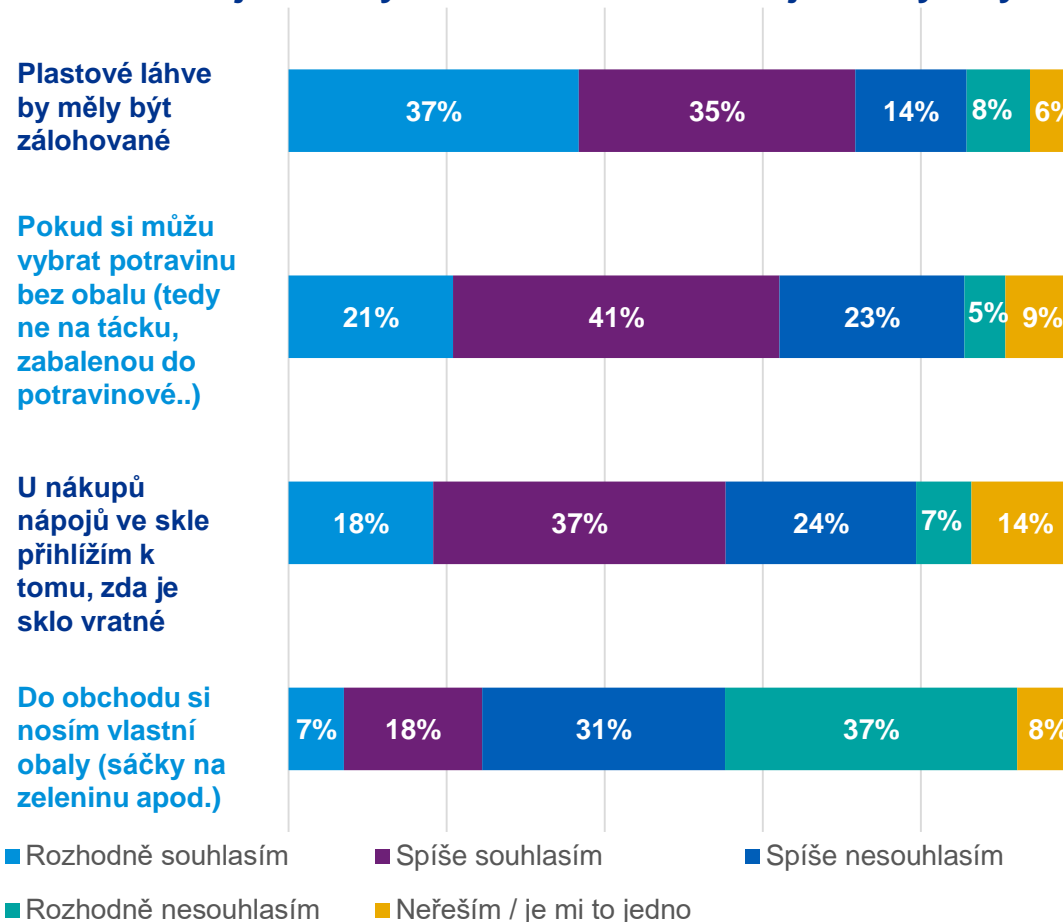
Respondenti jsou relativně ekologicky uvědomělí, nejvíce jich souhlasilo s tím, že by plastové lahve měly být zálohované (72 %).

Pouze o něco méně (62 %) si v případě, že má možnost, vybírá potravinu bez obalu: zde však již převažovala odpověď „spíše souhlasím“ nad absolutním souhlasem. „Spíše souhlasím“ byla nejčastější reakce také na výrok *U nákupu nápojů ve skle přihlížím k tomu, zda je sklo vratné*.

Zatím však nejsme zvyklí si do obchodů nosit vlastní obaly (68 % nesouhlas a dalším 8 % je to jedno).

Zajímavé přitom je, že se neukázaly zásadní rozdíly, ať už z hlediska dosaženého vzdělání, nebo jiných charakteristik. Jediná menší souvislost je patrná u potravin bez obalu, které upřednostní 65 % žen, ale jen 56 % mužů. A také spíše obyvatelé měst než vesnic.

Záleží Vám na tom, jak jsou Vámi kupované potraviny balené? Do jaké míry souhlasíte s následujícími výroky?



Jednorázové kelímky používáme téměř všichni

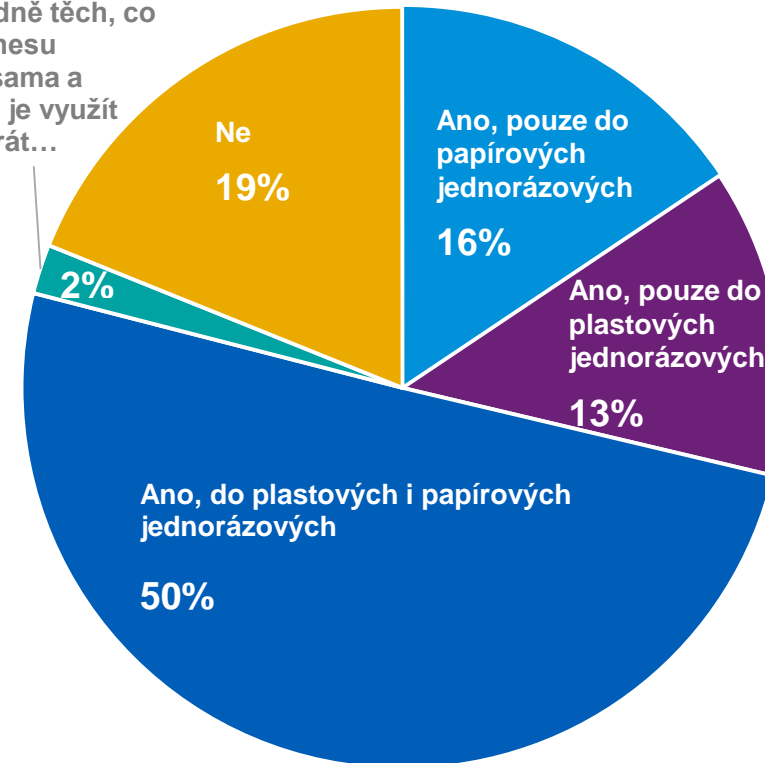
Pouze každý pátý respondent si nekupuje kávu, čaj, pivo nebo limonády do kelímků, které nelze použít víckrát.

Každý druhý pak pije nápoje alespoň občas jak z jednorázových papírových, tak jednorázových plastových.

Nejnižší podíl kupujících si nápoje do jednorázových kelímků je mezi respondenty ve věku 55 až 64 let, i tam se jedná stále o 7 z 10.

Kupujete si alespoň občas kávu, čaj, pivo, limonády nebo jiné nápoje do kelímků?

Ano, ale jen zálohovaných, případně těch, co si přinesu sám/sama a mohu je využít vícekrát...

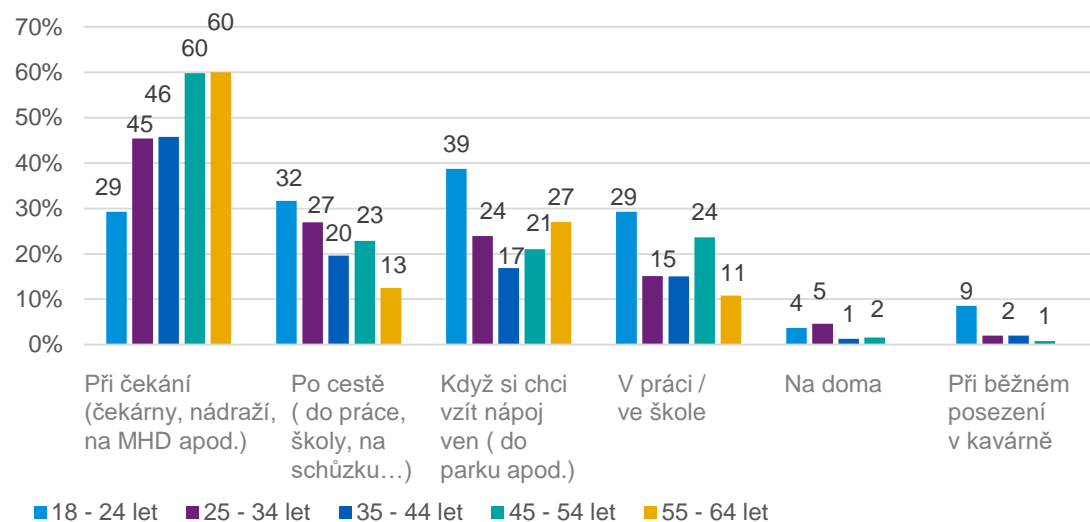


Z jednorázových kelímků pijeme zejména na akcích a festivalech

Příležitosti, při kterých si Češi kupují nápoje do papírových vs. plastových jednorázových kelímků, se přitom neliší. Z plastových nás pije o něco více (68 % vs. 60 %) na venkovních akcích, festivalech, ale jinak rozdíly prakticky neexistují.

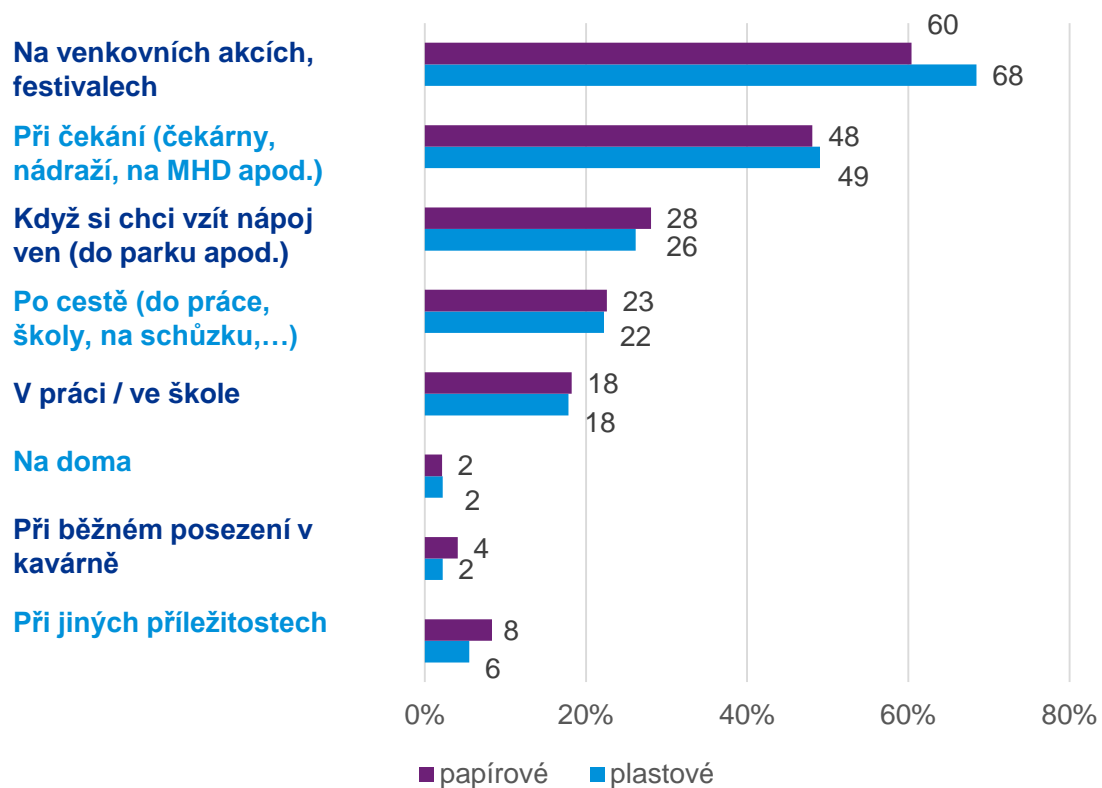
Analýza více používaných plastových pak ukázala, že se lehce odlišuje způsob používání v jednotlivých věkových kategoriích: s vyšším věkem se váže spíše k čekání, zatímco v mladší kategorii je i častější alternativou pro školní / pracovní / kavárenské pití nápojů. Starší i mladší respondenti pak častěji pijí nápoje z jednorázových kelímků v parku apod.

Při jakých příležitostech si kupujete kávu, čaj, pivo, limonády nebo jiné nápoje v plastových jednorázových kelímcích? Největší rozdíly podle věku



Z jednorázových kelímků pijeme zejména na akcích a festivalech

Při jakých příležitostech si kupujete kávu, čaj, pivo, limonády nebo jiné nápoje v papírových / plastových jednorázových kelímcích?

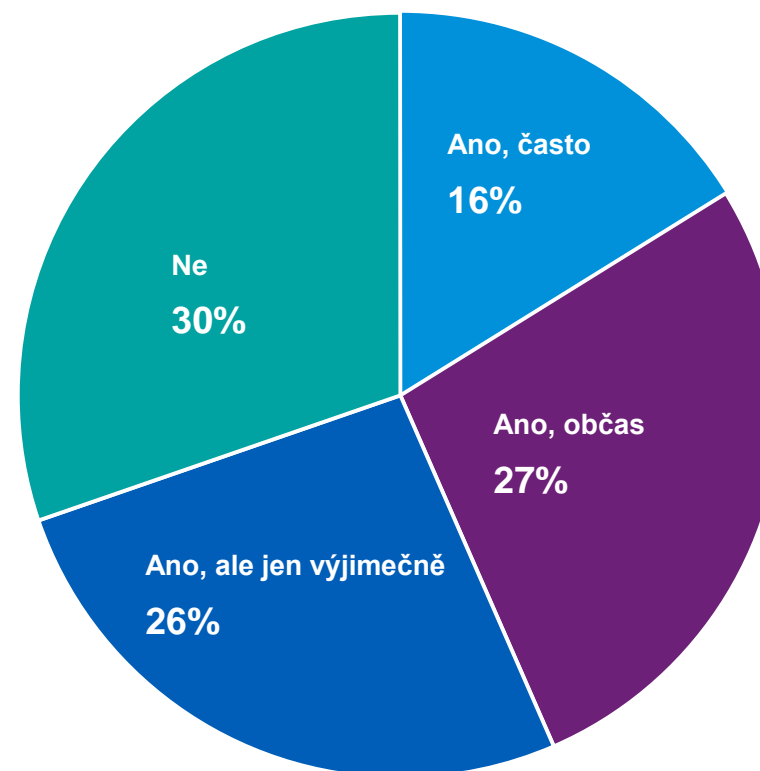


Přestože máme k dispozici pitnou vodu, kupujeme si domů i balenou neperlivou

7 z 10 respondentů si alespoň výjimečně domů kupuje neperlivou vodu v PET lahvích. Jejich podíl přitom není výrazně vyšší u lidí bez pitné vody v domácnosti (74 % vs. 69 %, rozdíl je spíše ve frekvenci tohoto nákupu: 26 % vs. 16 % často). Skutečností ovšem je, že pitnou vodu má doma k dispozici 97 % respondentů.

Pokud se podíváme na data podrobněji, zjistíme, že nejsou výrazné rozdíly například podle věku nebo velikosti místa bydliště, s výjimkou o něco vyššího podílu odpovědí „ano, často“ na vesnicích a u mladších respondentů, ale rozdíly jsou maximálně pět procentních bodů napříč kategoriemi.

Kupujete domů alespoň občas balenou neperlivou vodu v PET lahvích?

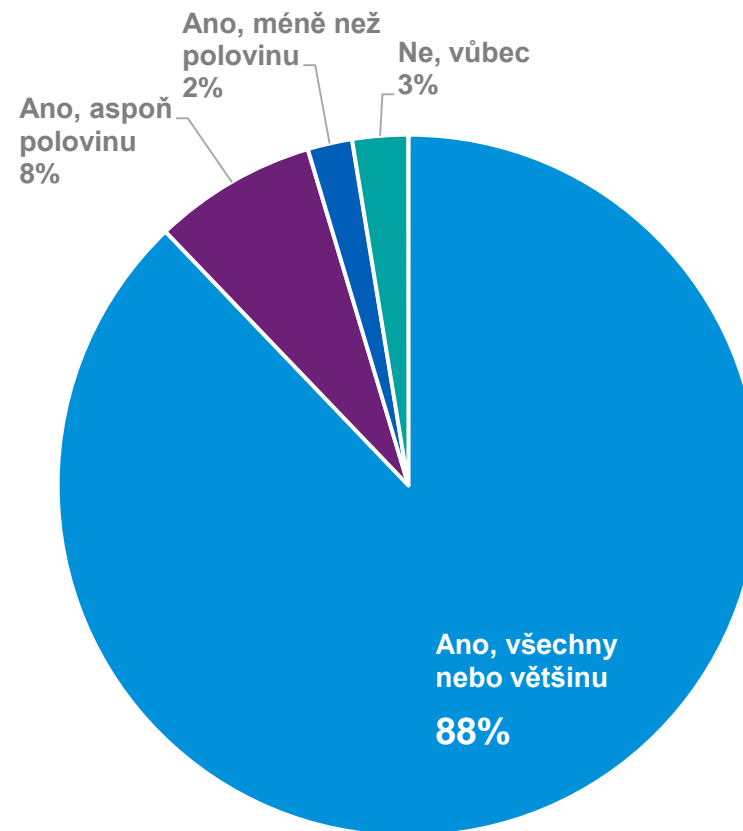


Vůbec PET lahve netřídí jen menšina z nás

88 % respondentů uvedlo, že k recyklaci třídí všechny nebo většinu PET lahví, dalších 8 % pak alespoň polovinu. Podíl netřídících tak odpovídá údajům z minulého šetření, kdy nebyla otázka zaměřena úzce na plastové lahve, ale obecně na plasty.

Podíl třídících všechny nebo většinu prázdných PET lahví roste s věkem: v kategorii 18 až 24 let to uvedlo 83 % (a 6 % netřídí vůbec). Naopak nad 45 let je to 90 % a více. Z hlediska velikosti města se v negativním směru odlišují obyvatelé měst 100 000 a více: všechny nebo většinu třídí 80 %.

Vyhazujete prázdné PET lahve do kontejnerů na plasty, tedy třídíte je k recyklaci?



O průzkumu

Název a téma průzkumu:	Nákupní zvyklosti v České republice
Typ průzkumu:	kvantitativní; online panel
Realizace:	KPMG Česká republika ve spolupráci s agenturou Data Collect sběr dat proběhl ve dnech 31. května 2018 až 5. června 2018
Respondenti:	1 000 respondentů, kteří mají v domácnosti na starosti většinu nákupů potravin (poměr žen / mužů: 70 % / 30 %).



Adéla Jelínková

Content Marketing Supervisor

+420 728 732 728

adelajelinkova@kpmg.cz