

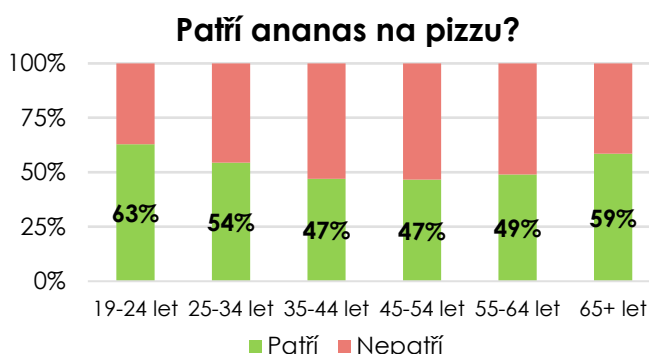
Ananas na pizzu nepatří, uvedli Češi v průzkumu stravování. Milují houby a květák

Pouhá polovina procentního bodu rozhodla: Ananas na pizzu nepatří. Podle průzkumu Barometr FOOD mapujícího stravovací návyky Čechů si to myslí 50,5 % z nich. Tábor zastánců „havajské pizzy“ je ovšem téměř stejně početný. Překvapivé shody zde dosáhli například senioři s generací Z. Velké oblíbené se v tuzemsku podle průzkumu těší i další kontroverzní ingredience, například houby nebo květák, který je populární zejména mezi ženami. Jako polarizující se naopak ukázala játra a vnitřnosti, výrobky z kozího a ovčího sýra či sushi. Na všech těchto delikatesách přitom lidé v únoru mírně ušetřili. Podle Edenred Restaurant Indexu klesla oproti konci loňského roku průměrná cena oběda o korunu na 186 korun.

Odpůrci ananasu těsně zvítězili v průzkumu Barometr FOOD¹, který mapuje české stravovací návyky, a to v poměru 50,5 ku 49,5 procentům. V některých věkových skupinách však láska k havajské pizze poměrně výrazně převažuje. O tom, že ananas na pizzu patří, jsou přesvědčeni asi tři z pěti příslušníků nejmladší generace Z a seniorů. Pochopení pro ananasovou pizzu je tak jedna z mála věcí, které mají tyto generace v otázkách stravování společné.

„V letošním průzkumu Barometr FOOD jsme se kromě celkového stavu zdravého stravování v Česku rozhodli podrobněji prozkoumat i specifické chutě a preference českých strávníků. Ukázalo se, že některá konkrétní jídla, jako je právě ananasová pizza, nebo třeba sushi, jsou velmi polarizující. Na otázkách, jako je láska ke květáku nebo houbám, se však shodnou téměř všichni, a toto stanovisko nám potvrzují i zástupci gastro segmentu,“

komentuje výsledky průzkumu **Aneta Martišková, ředitelka vnějších vztahů společnosti Edenred**, která Barometr FOOD v České republice koordinuje.



Podle odborníků může dokonce ananasová pizza představovat oproti jiným variacím zdravější alternativu. „Pokud je ananas jediným ovocem nebo zeleninou v pokrmu, je taková pizza určitě z pohledu výživy lepší než bez ananasu. Ačkoliv osobně havajskou pizzu nepreferuji, v jižní Itálii jsem na jiných variantách viděla podávat vše od řízků, přes hrušky až po hranolky,“ říká **MUDr. Eliška Selinger ze Státního zdravotního ústavu**.

Národ houbařů

Barometr FOOD rovněž potvrdil jednu všeobecně známou pravdu: jsme národem houbařů. Negativní vztah k této potraviny má pouhých 15 % respondentů. I když jsou ale u nás houby

¹ Sběr odpovědí průzkumu „Barometr FOOD“ probíhal od 26. července 2023 do 24. září 2023. V České republice se jej zúčastnilo celkem 4603 respondentů z řad držitelů karet Edenred. Ve vybraných zemích napříč Evropou (zahrnujících například Slovensko, Francii, Itálii a další) se průzkumu zúčastnilo 35663 respondentů.

oblíbené, data ukazují, že jejich popularita s každou další generací klesá. Zatímco mezi seniory má k houbám pozitivní vztah hned 90 % respondentů a celých 44 % je dokonce miluje, mezi příslušníky generace Z je má rádo jen 56 %.

Generační rozdíly přitom houbami ani zdaleka nekončí. Ještě výrazněji se projevují u surovin jako jsou játra a vnitřnosti. K nim má pozitivní vztah jen každý pátý člověk do 24 let, 40 % z nich je naopak přímo nesnáší. Mezi seniory má játra a vnitřnosti rádo hned 65 % z dotazovaných. Situace se ovšem obrací u exotického sushi. Zde jsou to naopak nejmladší ročníky, kdo stojí za jeho popularitou, zatímco u seniorů si tato japonská delikatesa získala jen minimum fanoušků.

Téměř bezvýhradnou lásku si v průzkumu vysloužil i květák. Ten je mimochodem jednou z mála ingrediencí, k nimž mají ženy, které obvykle bývají při výběru zdrženlivější, ještě vřelejší vztah než muži. Květák má v oblíbě hned 87 % žen. Třetina uvedla, že jej přímo miluje. Jako kontroverzní se naopak ukázaly výrobky z kozího nebo ovčího sýra. Ačkoliv mají všechny tyto ingredience stále početnou základnu zastánců, stejně tak se najde i poměrně velké množství lidí, kteří je požívat nedokáží. Překvapivě malé množství odpůrců má podle průzkumu tatarský biftek. Nemá ho ráda jen asi čtvrtina dotázaných.

„Česká dieta je bohužel typická velmi nízkou konzumací ovoce a zeleniny. Tento zlovyk pak bohužel způsobuje nízký příjem vlákniny a dalších prospěšných látek, což úzce souvisí s vysokým výskytem mnoha chronických onemocnění. Je tedy skvělé, že alespoň některé druhy zeleniny jsou u Čechů v oblíbě. Bylo by ale vhodné, kdybychom s chutí objevovali i kreativnější a pro zdraví vhodnější úpravy, než jen klasický ‚smažený květák s bramborem a tatarakou‘ – a především kdyby se pro nás různé druhy ovoce a zeleniny staly automatickou součástí každého pokrmu,“ dodává **MUDr. Selinger**.

Ceny už nerostou

Dobrou zprávou pro všechny, kteří by si na ananasovou pizzu, tatarák nebo květákový mozeček chtěli zajít do restaurace, je, že oproti prosinci zde ceny mírně klesly. Podle Edenred Restaurant indexu v únoru vyšlo polední menu průměrně na 186 korun. „Opět se nám potvrdilo, že výrazný růst cen, jehož svědky jsme byli v roce 2022, je definitivně za námi. Oproti únoru 2023 průměrné ceny obědů stouply o pouhých 4,3 %, na Olomoucku se dokonce vrátily na loňskou hodnotu. Zajímavým únorovým trendem je rovněž mírný pokles podílu návštěv restaurací na úkor nákupů v řetězcích. Rozvážkou si oběd nechává doručit necelých 9 % strávníků,“ doplňuje **Aneta Martišková**.

„Strmý růst cen v posledních letech měl bezpochyby negativní dopad na kvalitu stravování zaměstnanců. Z pohledu péče o zaměstnance je podpora stravování jedním z nejdůležitějších nástrojů. Ne každá firma si však mohla dovolit adekvátně navýšit příspěvek na stravování tak, aby pokryl růst cen. Zaměstnanci se proto často museli rozhodovat, zda upřednostní zdravější jídelniček, nebo vlastní peněženku. Toto období je naštěstí z větší části za námi a situace se podle dat postupně vrací k normálu. Potřebujeme ale hledat cesty, jak restauracím ulevit od rychle rostoucích nákladů na podnikání a od zbytečné byrokracie,“ komentuje **Tomáš Prouza, viceprezident Hospodářské komory ČR**.

Průměrná útrata v době oběda podle Edenred Restaurant Indexu (v Kč) a meziroční nárůst jeho cen

Město	II.22	II.23	XI.23	XII.23	I.24	II.24	nárůst cen 2022/2024	nárůst cen 2023/2024
Praha	173,6	202	208,8	211,1	208,7	209,3	20,60%	3,60%
České Budějovice	157,1	185,4	190,6	196	195,1	195,1	24,20%	5,20%
Plzeň	161,3	189,7	194,6	197,4	195	196,7	21,90%	3,70%
Karlovy Vary	143	171,8	174,8	176,4	175,4	176	23,10%	2,40%
Ústí nad Labem	141,8	162,8	166,9	169,4	166	166,8	17,60%	2,50%
Liberec	154,5	184,2	188,6	190	190,1	191,9	24,20%	4,20%
Hradec Králové	151,9	177,5	180,6	182,3	180,4	182,6	20,20%	2,90%
Pardubice	153,6	182	182,1	182,2	180,4	183,3	19,30%	0,70%
Jihlava	137,1	162,8	168,8	171,2	166,1	168,9	23,20%	3,70%
Brno	163,4	191,1	197,4	198,6	197,1	198,9	21,70%	4,10%
Zlín	139	161,9	163,6	168	166,1	164,3	18,20%	1,50%
Olomouc	135,8	163,7	168,3	170,6	166,2	163,5	20,40%	0,00%
Ostrava	147,6	173,8	180,4	182,6	179,6	181,5	23,00%	4,40%
Česká republika	154,5	178,3	184,9	187	185,1	186	20,40%	4,30%

Barometr FOOD a FOOD Assembly

Průzkum Barometr FOOD od roku 2009 každoročně monitoruje očekávání, požadavky a zvyky strávníků napříč zeměmi EU. Hlavním koordinátorem projektu je společnost Edenred, ve spolupráci s 25 evropskými partnerskými organizacemi a univerzitami. Barometr je součástí Programu FOOD (Fighting Obesity through Offer and Demand) pod hlavičkou Evropské komise, jehož cílem je podpora nutričně vyvážené obědové stravy ve spolupráci se zaměstnanci a restauracemi. První část výsledků letošního průzkumu zveřejnila společnost Edenred společně s partnery v rámci FOOD Assembly, a to u příležitosti Světového dne jídla (16. října).

O společnosti Edenred CZ

Edenred ČR pečuje o 700 000 každodenních uživatelů z řad zaměstnanců, kterým poskytuje služby v síti 57 000 partnerských provozoven. V oblasti digitalizace patří k lídrům na českém trhu. Stravenky a volnočasové benefity jsou k dispozici na jedné platební kartě Edenred Card. Karta umožňuje platbu mobilními aplikacemi Apple Pay a Google Pay. Čerpání benefitů je možné online díky platformě Edenred Benefits Café. O tom, jak benefity implementovat k co největší spokojenosti zaměstnanců, radí Edenred firmám na nově spuštěném [Edenred Wellbeing Blogu](#).

Edenred je přední digitální platforma pro služby a platby – a také každodenní společník pracujících, spojující přes 60 milionů uživatelů a více než 2 miliony partnerských provozoven ve 45 zemích prostřednictvím téměř 1 milionu firemních klientů.

Edenred nabízí specifická platební řešení pro konkrétní použití zaměřená na stravování (stravenky), motivaci (dárkové karty, platformy pro zapojení zaměstnanců), mobilitu (čerpací stanice včetně nabíjení elektromobilů, údržba, mýtné či parkovné) a firemní platby (virtuální karty).

V souladu s posláním skupiny vyjádřeným sloganem „Enrich connections. For good“ umožňují tato řešení zlepšovat pohodu a kupní sílu uživatelů. Posilují i atraktivitu a efektivitu společností, ožívují trh práce a místní

ekonomiku. Rovněž podporují přístup ke zdravějším potravinám, produktům šetrnějším k životnímu prostředí a ekologičtější dopravě.

12 000 zaměstnanců společnosti Edenred usiluje o to, aby se svět práce stal propojeným ekosystémem, který se každým dnem stává bezpečnějším, efektivnějším a zodpovědnějším.

V roce 2023 skupina díky svým globálním technologickým aktivům spravovala obchodní objem v hodnotě téměř 41 miliard EUR, zejména prostřednictvím mobilních aplikací, online platforem a karet.

Edenred je zapsán na burze cenných papírů Euronext v Paříži a je součástí indexů CAC 40, CAC 40 ESG, CAC Large 60, Euronext 100, Euronext Tech Leaders, FTSE4Good a MSCI Europe.

Značky a loga uvedené a použité v této tiskové zprávě jsou ochrannými známkami registrovanými společností EDENRED S.E., jejími dceřnými společnostmi nebo třetími stranami. Bez písemného souhlasu jejich vlastníka je nelze použít ke komerčním účelům.

KONTAKT PRO MÉDIA

Jan Kroupa
Tel. +774 992 274
jan.kroupa@dfmg.cz