



**ROSTLINNĚ**

## **Rájem pro nákupy rostlinných produktů je Globus, v Penny Marketu chybí i základní výrobky**

**Praha, 21. 1. 2020 - Zákazníci, kteří dávají přednost rostlinným produktům a alternativám masa či mléčných výrobků, by měli na nákup zamířit nejlépe do Globusu nebo Albertu. V Penny Marketu nebo Lidlu toho naopak moc neseženou. Ukazuje to nový průzkum projektu Rostlinně srovnávající sedm největších obchodních řetězců v Česku z hlediska šíře rostlinného sortimentu.**

Rostlinná nabídka obchodníků není určena jen veganům. Stále se zvyšuje počet tzv. „reduktariánů“ – tedy těch, kteří z různých důvodů omezují spotřebu živočišných produktů. Na postupnou změnu v preferencích zákazníků musí reagovat také obchodní řetězce, a tak postupně rozšiřují nabídku rostlinných produktů a alternativ od tofu a luštěninových pomazánek, přes rostlinná mléka až po burgerové placky.

### **Globus chce podpořit „Zdravý svět“**

Podle průzkumu projektu Rostlinně, který zjišťoval, jak si vedou obchodní řetězce z hlediska pestrosti nabídky rostlinných produktů, je nejprogresivnějším hráčem na trhu síť hypermarketů Globus. Ta předčila své konkurenty dokonce ve 4 z 5 zkoumaných kategorií a její nabídka v oblasti rostlinných alternativ masa se ukázala jako zdaleka nejširší na trhu. Strategický přístup Globusu k novému trendu ve stravování se projevil také zavedením speciálního oddělení „Zdravý svět“, kde zákazníci mohou tyto produkty najít. Rostoucí poptávku se snaží uspokojit také v rámci nabídky rychlého občerstvení, jak ukazuje nedávné otevření bistra „Zdravý svět“ v olomoucké provozovně.

*„Pozorně vnímáme poptávku těch zákazníků, kteří se chtějí více starat o své zdraví a kteří mění svůj životní styl směrem k přírodě. Nabídka Zdravého světa to reflektuje a pro řadu zákazníků je právě tohle důvod, proč nakupovat v Globusu. Úspěch v hodnocení portálu Rostlinně.cz nás velmi těší a s dalšími hráči trhu budeme rádi soutěžit i příště,“* říká Rita Gabrielová, vedoucí korporátní komunikace Globus.

### **Řetězce budou muset změnit přístup**

Ačkoliv konkurence je dle výsledků průzkumu Globusu zatím na hony vzdálená, pestrost nabídky v oblasti rostlinných produktů nelze upřít ani řetězci Albert. V jeho sortimentu lze najít celkově nejvíce hotových rostlinných jídel i rostlinných jogurtů, většinu z nich pak pod privátní značkou Nature's Promise a označením Veggie. Podobně jako Albert je na tom i řetězec Tesco, který rovněž nabízí celou řadu alternativ k masným pokrmům nebo třeba rostlinných variant zmrzlin. Na dalších příčkách se pak umístily Kaufland, u nějž lze ocenit zejména zařazování produktů populárních zahraničních značek jako Beyond Meat nebo Veganz, dále Billa, Lidl a úplně nakonec Penny Market.

*„I přes to, že Lidl v poslední době zařadil několik zajímavých novinek - například veganské ‚mleté maso‘ nebo jogurty značky PlantOn, jeho rostlinný sortiment je stále velmi malý. Ještě o něco hůře je na tom pak Penny Market, v němž často nejsou k nalezení ani ty nejzákladnější rostlinné produkty. Podle zprávy agentury Ipsos už ale desetina mladých Čechů přechází na bezmasou kuchyni a třetina Čechů si chce více zpestřovat svůj jídelníček rostlinnou stravou. Řetězce budou této poptávce muset jít naproti, jinak hrozí, že jim zákazníci utečou jinam,“* říká manažerka projektu Rostlinně Marianna Slováková.



**ROSTLINNĚ**

## **O Rostlinně**

Projekt Rostlinně sleduje vývoj v oblasti nabídky rostlinných pokrmů, pomáhá obchodníkům i majitelům restaurací se v oblasti zorientovat, a tak lépe naplnit požadavky zákazníků v moderní době. Zároveň slouží jako rádce pro zájemce o rostlinné stravování. V loňském roce vyhlásil projekt také první ročník ankety o rostlinný produkt roku, v níž zvítězil veganský nanuk značky Magnum od firmy Unilever. Anketu rostlinný produkt roku i průzkum rostlinné nabídky řetězců plánují tvůrci projektu v budoucnu opakovat.

## **O průzkumu**

Sběr dat proběhl v listopadu 2019 v pěti českých městech - Praze, Brně, Ostravě, Plzni a Liberci. Sběrání dat probíhalo vždy v největší pobočce každého řetězce v daném městě. Do průzkumu nebyl zahrnut celý sortiment příslušných řetězců, ale jen tyto skupiny potravin: rostlinné alternativy masa; rostlinné alternativy mléčných výrobků; rostlinné sladkosti, pečivo a drobné občerstvení; rostlinná hotová jídla; rostlinné omáčky, dipy a pomazánky. Skupiny byly dále rozděleny do podkategorií, kterým byl přiřazen index důležitosti - např. alternativy masa měly větší váhu než rostlinné sladkosti. Při sběru dat byl kladen důraz také na počet produktů se symbolem V-Label nebo označením „vegan“.

**Více info o průzkumu:** <https://rostlinne.cz/retezec-roku-2020/>

**Kontakt:** Marianna Slováková, projektová manažerka Rostlinně, 732 861 669, e-mail: [marianna.slovakova@rostlinne.cz](mailto:marianna.slovakova@rostlinne.cz)

**Grafické podklady a fotografie k volnému užití:** <https://rostlinne.cz/pro-media/>

**web:** [www.rostlinne.cz](http://www.rostlinne.cz)