

KULATÝ STŮL ZAJINTERESOVANÝCH STRAN

svolaný Sdružením českých spotřebitelů, z. ú.

v rámci projektu

HYGIENA PRODEJE A ČESKÝ POTŘEBITEL – POKRAČUJEME A BUDE TO LEPŠÍ A LEPŠÍ!

realizovaného s podporou Ministerstva zemědělství ČR

Datum a čas: 13. 12. 2018, 10:15 hod

Místo: DRUŽSTEVNÍ ASOCIACE ČESKÉ REPUBLIKY – Praha 1, Těšnov 5, zasedací místnost v 1. patře

Program

1. Základní informace o projektu

<http://spotřebitelzakvalitou.cz/projekty/hygiena-prodeje.php>

- Zaměření projektu
- Etapy realizace

2. Výsledky průzkumu mezi spotřebitelskou veřejností a mládeží

- Jsou rozdíly vnímání mezi generacemi? Porovnání s výsledky loňského průzkumu.
 - Jak se chová spotřebitel, když ho obsluha upozornila na nepatřičné hygienické chování?
 - Mají být povinné informace pro nakupující, jak mají správně manipulovat s pečivem?
 - Přisuzujete původu potraviny význam kvality?
- a další.

3. Diskuze zástupců zúčastněných stran

- Zkušenosti z praxe
- Budoucí řešení

Účast u kulatého stolu přislíbili zástupci zainteresovaných stran:

- Orgány veřejné správy
 - o MZe ČR
 - o MZ ČR
 - o SZÚ
 - o SZPI
- Obchod
 - o SOCR
 - o Komora obchodních řetězců (tbc)
- Spotřebitelé
 - o Sdružení českých spotřebitelů
 - o Kabinet pro standardizaci

Mgr. Viktor Vodička, ředitel SČS

Ing. Libor Dupal, programový ředitel SČS a koordinátor projektu

Účastníci registrovaní ke kulatému stolu

Datum a čas:	13. 12. 2018, 10:15 hod
Místo:	DRUŽSTEVNÍ ASOCIACE ČESKÉ REPUBLIKY – Praha 1, Těšnov 5, zasedací místnost v 1. patře

PREZENČNÍ LISTINA		
Organizace	Příjmení	Jméno
Ministerstvo zemědělství	Brychta	Vladimír
Ministerstvo zdravotnictví (oml.)	Slavíková	Silvie
Ministerstvo zdravotnictví (oml.)	Kapoun	Miroslav
Ministerstvo životního prostředí	Bazil	Petr
Státní zdravotní ústav	Sosnovcová	Jitka
Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR	Petrů	Andrea
Komora obchodních řetězců Kaufland Management ČR	Bartoš	Ladislav
Komora obchodních řetězců Lidl Česká republika	Číšecký	Jan
Komora obchodních řetězců Penny Market	Kolářek	Jaroslav
Státní zemědělská a potravinářská inspekce	Koudelka	Jiří
Sdružení českých spotřebitelů	Vodička	Viktor
Kabinet pro standardizaci	Dupal	Libor
Sdr. pro bezpečnost potravin a ochranu spotřebitelů	Mamula	Petr

Prezentace (výběr slidů)

sčs SDRUŽENÍ ČESKÝCH SPOTŘEBITELŮ, Z. Ú.
 CZECH CONSUMER ASSOCIATION
 www.konzument.cz

HYGIENA PRODEJE POTRAVIN A ČESKÝ SPOTŘEBITEL - 2018

POKRAČUJEME A BUDE TO LEPŠÍ A LEPŠÍ!

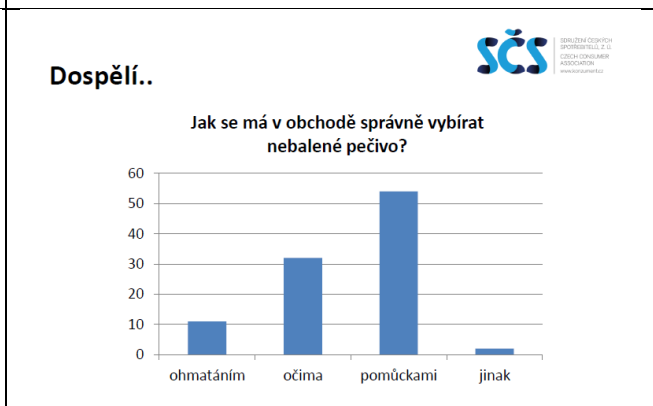
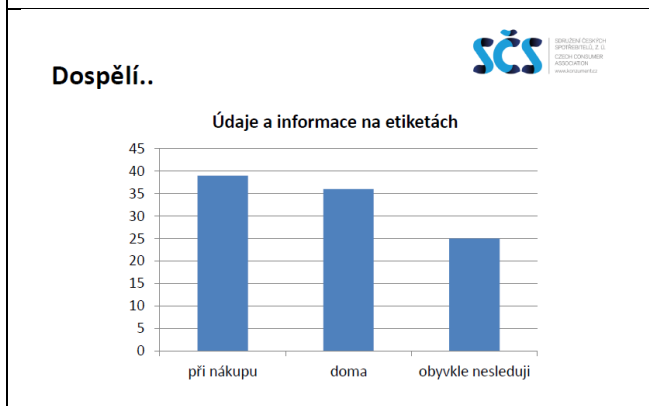
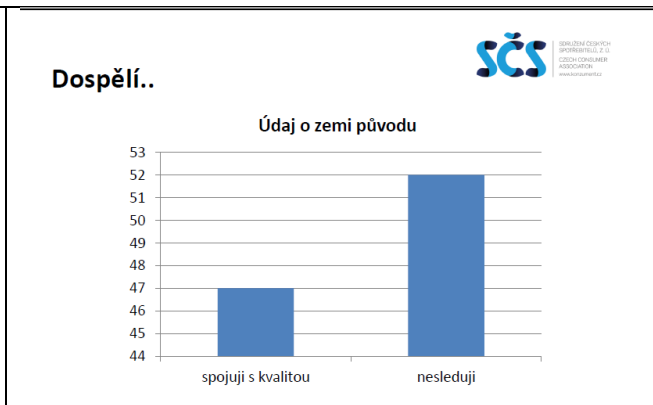
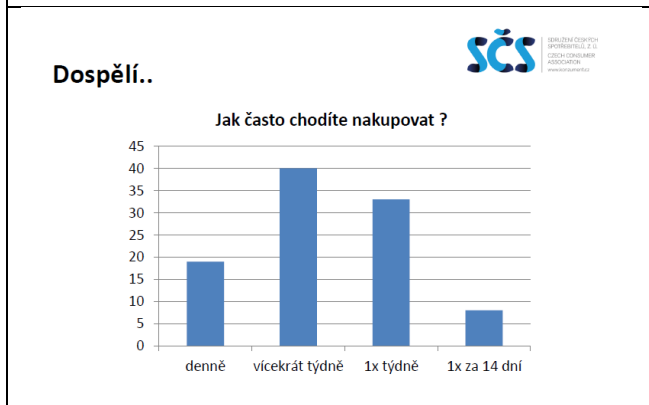
sčs SDRUŽENÍ ČESKÝCH SPOTŘEBITELŮ, Z. Ú.
 CZECH CONSUMER ASSOCIATION
 www.konzument.cz

Cíle projektu:

- Získání informací o očekávání spotřebitelů a jejich chování ve vztahu k hygieně prodáváňého nebaleného zboží.
- Posilování ohledupňného chování spotřebitelů ve vazbě na hygienu při nakupování nebaleného zboží.
- Posilování sebevědomí spotřebitele vedoucího k tomu, aby aktivně vyžadoval od prodávajícího zajištění odpovídajících podmínek pro hygienický prodej.

sčs SDRUŽENÍ ČESKÝCH SPOTŘEBITELŮ, Z. Ú.
 CZECH CONSUMER ASSOCIATION
 www.konzument.cz

Co mohou spotřebitelé dělat lépe ?



Závěry

1. V diskuzi účastníci kulatého stolu vzali na vědomí „Závěry z vyhodnocení a srovnání vybraných výsledků průzkumu“
 - Celkově se podařilo se zajistit relativně vysokou účast respondentů (662) z laické veřejnosti i mládeže; v roce 2018 s ohledem na výrazně nižší rozpočet poněkud byl počet respondentů nižší než v předcházejícím roce.
 - Oproti loňsku průzkum vykázal nižší podíl osob, které údaje na etiketě sledují při nákupu (68 / 39 %) ale vzrostl podíl osob, které sledují údaje doma (29/35);
 - Naprosto dramaticky vykázal průzkum 2018 podíl respondentů, kteří sledují údaje o zemi původu (protože je spojují s kvalitou) (78/48 %).
 - Letos se potvrdil zásadní rozdíl mezi generacemi ve způsobu výběru nebaleného pečiva.
 - 20/11 % dospělé, spíše starší populace dosud používá k výběru pečiva „holé ruce“. Mládež dává jednoznačně „pětku“ takové praxi.
 - V rámci dospělé populace došlo ovšem k výraznému poklesu z 20 na 11%, což se dá vysvětlit odlišnou strukturou respondentů (loni 90 % nad 50 let, přitom nad 70 let 36%, letos jen 40 % nad 50 let a jen 10 % nad 70 let.
 - V letošním průzkumu byl zařazen dotaz ohledně preference obalu pro uložení nebaleného pečiva. Možná překvapivě obě generace příliš nefandí vlastnímu přinesenému obalu.

2. V diskuzi byly odsouhlaseny následující závěry, doporučení či výzvy do budoucna
 - Výzvou je další omezování plastových obalů. Jaká opatření přijímat k dalšímu omezování plastových sáčků? Jsou řešením kampaně za používání vlastních obalů? Otázka vyvolala bouřlivou diskuzi...
 - Jak financovat osvětu mezi spotřebiteli? Nejenom hygiena prodeje – i orientace v kvalitě potravin ...
 - Pokud mezi starší generací přetrvávají určité zlozvyky, těžko se budou kampaněmi a osvětou měnit, směřování osvěty tedy má být vedeno na mládež ...
 - Dělají prodejci dostatek opatření, aby spotřebitele nenásilně vedli ke správnému hygienickému chování? Určitě je třeba více...
 - Podpora kampaně na zlepšování hygienického chování při prodeji nebaleného zboží a kvality prodeje obecně zasluhuje další pozornosti. Z rozpočtu MZe se ale pro rok 2019 s takovou podporou nepočítá.

SČS.

Fotodokumentace



Foto © L. Dupal