****

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|

|  |  |
| --- | --- |
| **Kontakt:** | Gabriela Bechynská |
|  | +420 775 038 045 |
|  | corporateaffairsczsk@mdlz.com |

 | Michaela Šimková, Native PR+ 420 602 212 093michaela.simkova@nativepr.cz |

**Mondelēz International v globální studii zjišťoval trendy
v konzumaci snacků**

* **Potvrdil se rostoucí trend preference snacků nad typickým jídlem, přičemž se ukázalo, že snacky naplňují měnící se potřeby spotřebitelů**
* **Snacky vyhovují potřebám moderního životního stylu, propojují s ostatními lidmi, vyživují a dodávají emoční pohodu**

Praha 19. listopadu 2019 – Společnost Mondelēz International představila svoji první celosvětovou studii spotřebitelských trendů v oblasti snacků nazvanou State of Snacking™. Zjišťovala v ní, jakou úlohu hrají snacky ve světle měnících se potřeb a očekávání zákazníků, kteří jsou stále více zaneprázdněni, přesto však u nich roste touha po propojení s ostatními lidmi, stejně jako potřeba dodržování zdravého životního stylu a snaha cítit se dobře. Výsledky ukázaly, že obliba snacků celosvětově roste, i to, že právě snacky pomáhají formovat budoucnost stravování, protože naplňují řadu potřeb našeho každodenního života.

Výsledná zpráva, připravená ve spolupráci s výzkumnou agenturou The Harris Poll, zohledňuje postoje více než šesti tisíc dospělých dotazovaných napříč 12 světovými trhy. Ukazuje, že snacky jsou z hlediska spotřebitelského chování celosvětovým trendem. Zhruba 6 z 10 dotázaných napříč regiony a kulturami uvedlo, že raději volí více menších jídel v průběhu celého dne, než několik větších (59 %). Tento trend je přitom výraznější u mileniálů, kdy takto odpovědělo 7 z 10 z nich (70 %).

Klíčová zjištění ze studie:

**Náš vztah k jídlu se mění**

* Pro spotřebitele na celém světě hraje jídlo stále důležitější roli. Lidé také více přemýšlejí o tom, jak stravování a snacky ovlivňují jejich fyzické zdraví i emoční pohodu.
	+ Pro více než 8 z 10 lidí jsou hlavními faktory při výběru snacku dostupnost (87 %) a kvalita (85 %).
	+ 80 % spotřebitelů hledá snacky, které jsou zdravé a mají vyvážené složení.
	+ 71 % dospělých uvedlo, že jim snacky v průběhu dne pomáhají zvládat hlad a lépe kontrolovat denní kalorický příjem.
* Na druhou stranu i „mlsání“ setrvale hraje důležitou roli
	+ 80 % dospělých uznává potřebu rovnováhy a oceňují snacky, které jim umožňují jak zdravé a lehké občerstvení, tak právě onen „mlsací“ zážitek vyhovující momentální potřebě a chuti.
	+ 77 % spotřebitelů souhlasí s tím, že existuje čas a prostor pro zdravý snack a čas a prostor pro mlsání.
	+ Většina lidí říká, že snacky jsou stejně důležité pro jejich duševní (71 %) i emocionální (70 %) potřeby, stejně jako pro jejich fyzické potřeby.

**Snacking není jenom o tom, co jíme**

* Snacking je pro lidi po celém světě také cestou, jak se hlásit ke své kultuře a sdílet identitu se svými komunitami a rodinami.
	+ 71 % říká, že snacking jim připomíná domov.
	+ 7 z 10 dospělých sdílí svůj oblíbený snack z dětství s ostatními.
* Více než 8 z 10 rodičů po celém světě využívá čas při občerstvení jako cestu ke spojení se svými dětmi (82 %).
* 76 % rodičů využívá snacky k předání kulturních zvyklostí ve stravování svým dětem.
* Více než 3 ze 4 rodičů (78 %) také souhlasí s tím, že snacky, které svým dětem vyberou a připraví, odráží jejich rodičovský styl.

"Trh se snacky globálně setrvale roste a nás proto velice zajímají různé stravovací zvyklosti lidí z celého světa, i to, jak se vyvíjí jejich vztah k jídlu,“ uvedl Dirk Van de Put, generální ředitel společnosti Mondelēz International. „Průměrný dospělý v současné době zkonzumuje v průběhu dne více snacků než běžného jídla. Důvody pro to jsou různé. Většina z nich je ale do značné míry spojena s tím, jak dnes žijeme, včetně rostoucí potřeby pohodlí, touhy sdílet nostalgické i kulturní zážitky, volání po životní pohodě a přání vybírat ze široké nabídky snacků – od těch zdravých až po různé dobroty,“ doplňuje Van de Put.

Společnost Mondelēz International představila svoji studii State of Snacking™ rok poté, co oznámila novou obchodní strategii a krédo nabízet spotřebitelům ten správný snack ve správný okamžik. Hlubší poznání motivace spotřebitelů ke konzumaci snaků bude pro společnost v budoucnu klíčové. I nadále bude ve své výrobě podporovat využívání surovin získávaných trvale udržitelným způsobem, rozšiřovat portfolio produktů pro lepší výběr toho správného snacku a motivovat spotřebitele k uvědomělé konzumaci.

Studie ke stažení na<https://www.stateofsnacking.com/>

**O metodice průzkumu State of Snacking™**

Průzkum byl realizován agenturou The Harris Poll pro společnost Mondelēz International. On-line dotazování proběhlo ve dnech 16. - 27. září 2019 mezi 6068 respondenty staršími 18 let. Výzkum proběhl na dvanácti trzích, v USA (n = 504), Kanadě (n = 506), Mexiku (n = 505), Brazílii (n = 515), Francii (n = 501), Německu (n = 503), Spojeném království (n = 501), Rusku (n = 515), Číně (n = 503), Indii (n = 508), Indonésii (n = 504) a Austrálii (n = 504). Mezi další analyzované klíčové skupiny patří: generace centeniálů 18–22 let (n = 602), generace mileniálů 23–38 (n = 2404), generace X ve věku 39–54 (n = 1702), generace boomerů ve věku 55–73 (n = 1236) a tzv. tichá generace ve věku 75+ (n = 124). V případě potřeby byla data vážena tak, aby byla v souladu s jejich skutečnými proporcemi v populaci. Pro zajištění stejné váhy každé země v globálním součtu byla použita globální váha.

**O společnosti Mondelēz International**

Společnost Mondelēz International, Inc. (NASDAQ: MDLZ) umožňuje spotřebitelům ve více než 150 zemích světa vychutnávat snacky správným způsobem. S čistými příjmy 2018 ve výši přibližně 26 miliard USD a ikonickými globálními i lokálními značkami, jako jsou sušenky Oreo, belVita a LU; čokolády Cadbury Dairy Milk, Milka and Toblerone; bonbony Sour Patch Kids a žvýkačky Trident, Mondelēz International představuje budoucnost snackingu. Mondelēz International figuruje na indexech Standard and Poor's 500, Nasdaq 100 a Dow Jones Sustainability Index. Navštivte www.mondelezinternational.com nebo sledujte společnost na Twitteru: www.twitter.com/MDLZ a https://twitter.com/dirkvandeput.