

# GLOBAL GOALS SUMMIT

Výsledky průzkumu pro A-CSR

Ipsos

Březen 2024

 Asociace  
společenské  
odpovědnosti

**GLOBAL GOALS  
SUMMIT 2024** 

**GAME CHANGERS**





U příležitosti **Global Goals Summitu** 2024 – akce roku v udržitelnosti v Česku – zmapovala Asociace společenské odpovědnosti společně s agenturou Ipsos postoj Čechů ke klíčovým tématům summitu: rovnost ve společnosti, udržitelnost ve fotbale, plýtvání potravinami a udržitelné inovace.

Přístup české veřejnosti se tak potká s názory a zkušenostmi řečníků, kteří v jednotlivých tématech mění svět k lepšímu.



## DESIGN VÝZKUMU:



Reprezentativní vzorek české populace **18 – 65 let**



**1 021** respondentů



Dotazování online v **únoru 2024**

# FOOD WASTE

# KTERÉ POTRAVINY ČEŠI VYHAZUJÍ?

Češi nejčastěji vyhazují nespotřebované pečivo, ovoce a zeleninu nebo uvařené jídlo. Snaha potraviny beze zbytku využít výrazně roste s věkem, více než polovina lidí starších 50 let potraviny nevyhazuje nikdy. V čase je patrný nárůst podílu těch, kteří se snaží potravinami neplýtvat.



**33 %**  
PEČIVO



**9 %**  
MLÉKO A MLÉČNÉ  
VÝROBKY



**35 %**  
POTRAVINY NIKDY  
NEVYHAZUJU  
V roce 2018 to bylo jen  
27 % Čechů.



**27 %**  
OVOCE  
A ZELENINA



**6 %**  
MASO A MASNÉ  
VÝROBKY



Jídlem nejčastěji plýtvají mladí do 29 let.



**23 %**  
UVAŘENÉ  
JÍDLO



**4 %**  
TRVANLIVÉ  
POTRAVINY

Pouze 19 % z nich nikdy potraviny nevyhazuje.

Naopak ve skupině 50 – 65 let potraviny nikdy nevyhazuje 52 % lidí.

Otázka: Pokud vyhazujete potraviny, které z nich to nejčastěji jsou?



# JAKÉ JSOU DŮVODY PLÝTVÁNÍ POTRAVINAMI V DOMÁCNOSTECH?

Hlavním důvodem vyhazování potravin je jejich nákup nebo příprava v množství větším, než je nakonec potřebné.

**28 %**

nakupuje potraviny ve větším množství, než nakonec spotřebuje

**24 %**

v případě, když navaří více porcí, než dokáže sníst

**20 %**

nevhodným skladováním potravin



**15 %**

když si nenaplánuje běžné nákupy (nekontroluje, co ještě má a co ne)  
*Zejména mladí do 29 let*

**7 %**

se někdy neorientuje ve značení potravin (koupí něco, co potom nejí)

**26 %**

potravinami nikdy neplýtvá

Otázka: Z jakého důvodu si myslíte, že u Vás doma dochází alespoň občas k plýtvání potravinami?

# **INOVACE A TECHNOLOGIE**

# VE KTERÝCH OBLASTECH JE DOPAD UMĚLÉ INTELIGENCE VNÍMÁM POZITIVNĚ?

**Prínos umělé inteligence vidí Češi primárně v diagnostice a léčbě nemocí, rozšiřování možností a způsobů učení či získávání informací ...**

**Kolik procent lidí  
vnímá POZITIVNÍ  
dopad umělé  
inteligence  
na ...**

*(Procento = výrazný pozitivní dopad  
+ mírný pozitivní dopad)*

**58 %**

Diagnostika a léčba  
nemocí

*V Evropě: 55 %*

**56 %**

Možnosti a způsoby  
učení

*V Evropě: 54 %*

**50 %**

Způsob, jakým  
získáváme informace

*V Evropě: 56 %*

**47 %**

Možnosti a způsoby  
práce

*V Evropě: 50 %*

**33 %**

Bezpečnost a snížení  
kriminality

**25 %**

Rozdělení společnosti  
podle toho, zda s těmito  
technologiemi umí pracovat  
nebo ne

**24 %**

Snadnost šíření  
dezinformací

*Otázka: Jaký dopad, pokud vůbec nějaký, má podle vás umělá inteligence v současné době na ...?*

# A KDE JE DOPAD UMĚLÉ INTELIGENCE VNÍMÁM NEGATIVNĚ?

Naopak hlavní rizika vnímají ve snadnější tvorbě a šíření dezinformací a rozdělování společnosti podle schopnosti ovládat tyto nové technologie.

Kolik procent lidí  
vnímá **NEGATIVNÍ**  
dopad umělé  
inteligence  
na ...

*(Procento = výrazný negativní dopad  
+ mírný negativní dopad)*

**10 %**

Diagnostika a léčba  
nemocí

**17 %**

Možnosti a způsoby  
učení

**23 %**

Způsob, jakým  
získáváme informace

**21 %**

Možnosti a způsoby  
práce

**21 %**

Bezpečnost a snížení  
kriminality

**40 %**

Rozdělení společnosti  
podle toho, zda s těmito  
technologiemi umí pracovat  
nebo ne

**51 %**

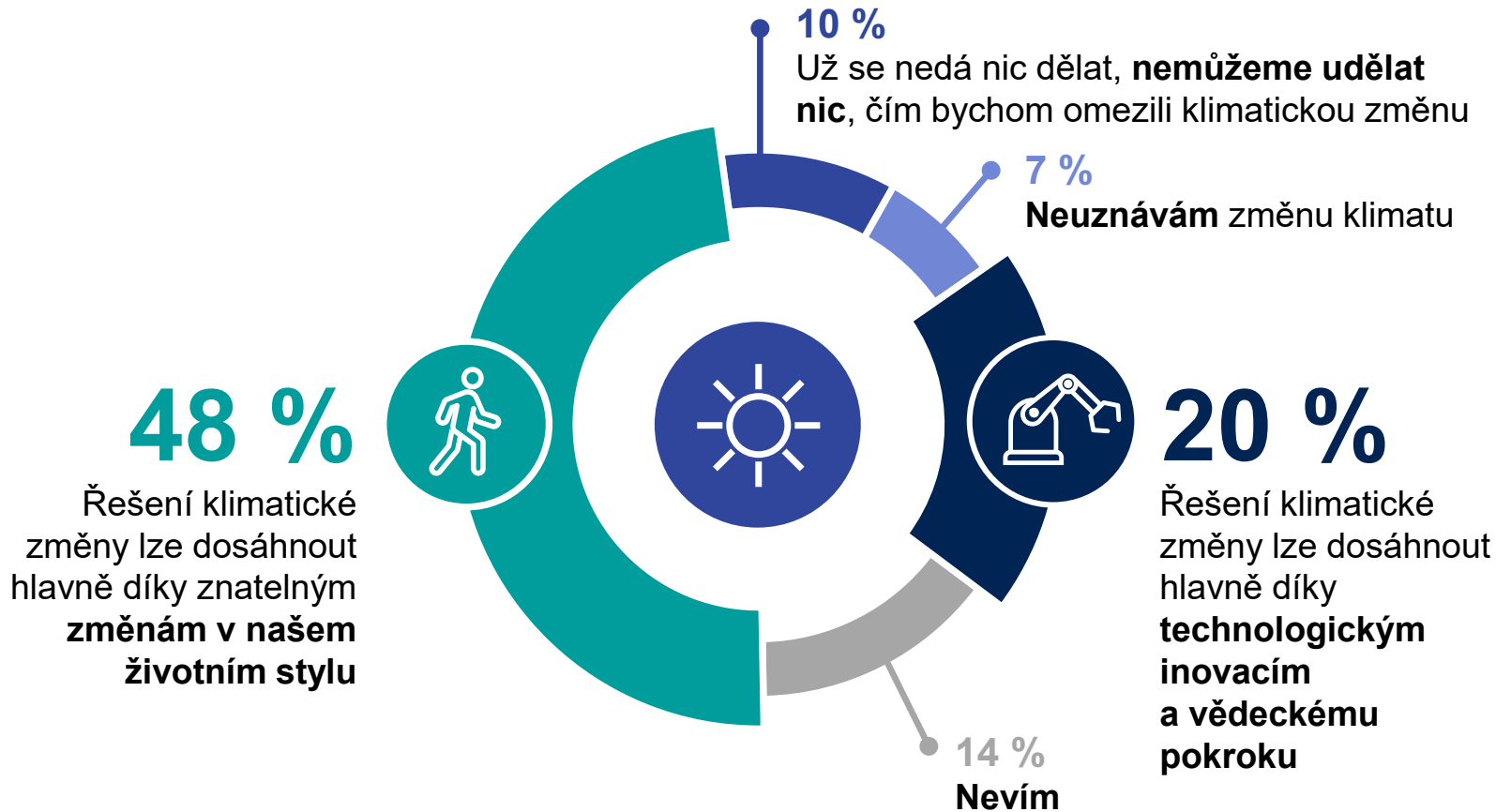
Snadnost šíření  
dezinformací

Otázka: Jaký dopad, pokud vůbec nějaký, má podle vás umělá inteligence v současné době na ...?



# JAK JE MOŽNÉ ŘEŠIT KLIMATICKÉ ZMĚNY?

Češi si uvědomují, že pro řešení klimatické změny bude potřeba výrazně změnit náš životní styl. Na technologický pokrok spoléhají častěji muži a lidé s vysokoškolským vzděláním.



**Změny v životním stylu** považují za správné řešení častěji ženy (57 %) a lidé ve věku 18-29 let (60 %).

**Technologické inovace a vědecký pokrok** preferují více muži (25 %) a lidé s vysokoškolským vzděláním (28 %).

**Odmítači změny klimatu** jsou častěji lidé ve věku 50-65 let (12 %).

Otázka: Který z těchto výroků nejlépe vystihuje Váš názor?

# UDRŽITELNOST MÉDIÍ

# JAK MÉDIA PREZENTUJÍ DOPADY KLIMATICKÝCH ZMĚN NA ČR?

**35 %**

Čechů si myslí, že české **média přehání** při informování o dopadech klimatických změn na ČR.

14 % (výrazně přehánějí) +  
21 % (spíše přehánějí)

**25 %**

populace si říká, že možné dopady klimatických jsou **popisovány realisticky**.

**19 %**

populace to **nedokáže posoudit**.

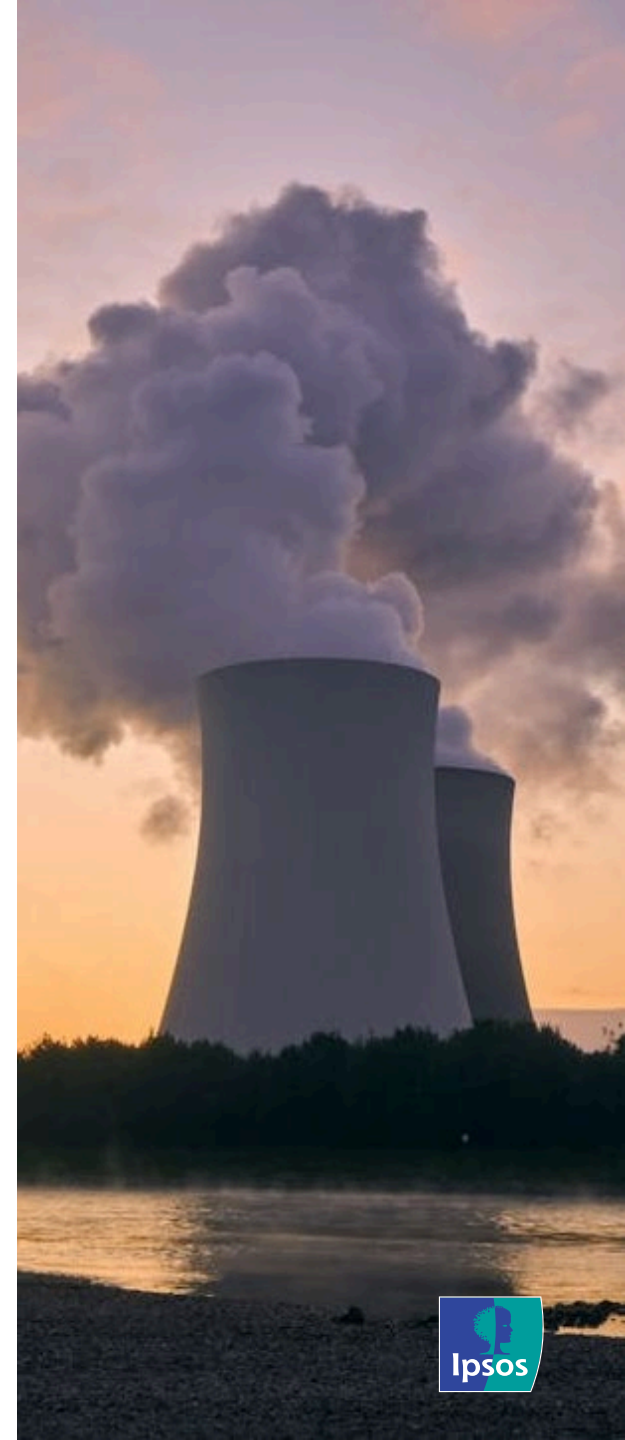
**21 %**

si soudí, že české **média podceňují** možné dopady klimatických změn na ČR.

5 % (výrazně podceňují) +  
16 % (spíše podceňují)



Otázka: Když se zamyslíte nad médii v ČR, řekl/a byste, že při informování o dopadech klimatických změn na ČR ...?



# JAK MÉDIA OVLIVŇUJÍ INFORMOVANOST A DUŠEVNÍ POHODU ČECHŮ?

20 % (rozhodně souhlasím)  
+ 57 % (spíše souhlasím)

# 78 %

souhlasí, že ...

personalizované  
zdroje informací  
lidem brání získat  
vyvážené informace

Svět: 55 %

23 % (rozhodně souhlasím)  
+ 53 % (spíše souhlasím)

# 76 %

souhlasí, že ...

v dnešním světě je  
tolik palčivých  
problémů, že je pro  
mě těžké rozhodnout  
se, na co se mám  
soustředit

Svět: 67 %

21 % (rozhodně souhlasím)  
+ 53 % (spíše souhlasím)

# 74 %

souhlasí, že ...

snažím se žít svůj  
život a nechci se  
zneklidňovat světem  
okolo

25 % (rozhodně souhlasím)  
+ 38 % (spíše souhlasím)

# 63 %

souhlasí, že ...

snažím se vyhýbat  
zpravodajství,  
protože je příliš  
depresivní

Mírně častěji ženy

19 % (rozhodně souhlasím)  
+ 38 % (spíše souhlasím)

# 56 %

souhlasí, že ...

sociální sítě mají  
negativní vliv na mou  
duševní pohodu

Zejména mladí do 29 let  
(67 %)

Otázka: U každého z následujících výroků prosím uveďte, do jaké míry s ním souhlasíte nebo nesouhlasíte.

# **DIVERSITY, EQUALITY, INCLUSION**



# KTERÉ TYPY NEROVNOSTÍ JSOU V ČR NEJZÁVAŽNĚJŠÍ?



Na základě příjmu a bohatství

**51 %**



Mezi staršími a mladšími generacemi

**38 %**



V přístupu ke zdravotní péči

**33 %**



Mezi více a méně znevýhodněnými oblastmi / regiony

**31 %**



Mezi zdravými a handicapovanými

**28 %**



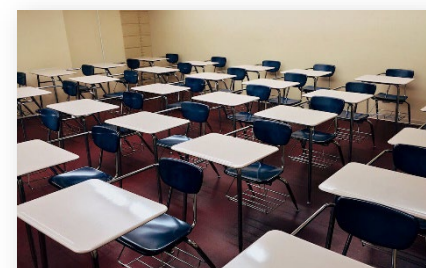
Mezi rasovými nebo etnickými skupinami

**26 %**



Mezi muži a ženami

**22 %**



Ve vzdělávání pro děti

**20 %**

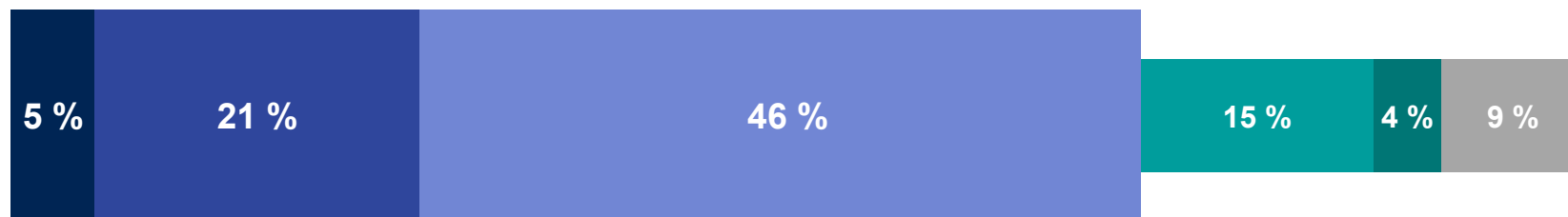
Otázka: Které z následujících typů nerovností, pokud existují, jsou podle Vás v ČR nejzávažnější?

# JAK DŮLEŽITÝ JE PROBLÉM NEROVNOSTI VE SROVNÁNÍ S OSTATNÍMI PROBLÉMY?

Téměř tři čtvrtiny Čechů (72 %) považují nerovnost za jeden z důležitých problémů, kterým naše země čelí. Ženy tuto problematiku vnímají výrazně silněji než muži.



Populace ČR



■ Nejdůležitějším problémem

■ Jedním z nejdůležitějších problémů

■ Důležitým, ale ne nejnaléhavějším problémem

■ Nepříliš důležitým problémem

■ Vůbec není důležitým problémem

■ Nevím, nedokážu posoudit



Ženy považují problém nerovnosti častěji za jeden z **nejdůležitějších** problémů (26 %).

Naopak **pro muže** je tato problematika častěji **nepříliš důležitá** (19 %).

Otázka: Řekl/a byste, že ve srovnání se všemi ostatními problémy, kterým ČR čelí, je nerovnost ...?

# JAKÝ JE NÁZOR NA PROSAZOVÁNÍ ROVNOSTI V ČR?

## 32 %

Čechů si myslí, že snaha o prosazování rovnosti všech skupin lidí v ČR **zachází příliš daleko.**

10 % (už zašla příliš daleko)  
+ 22 % (začíná zacházet příliš daleko)  
Ve světě tento názor zastává průměrně jen 19 % lidí

## 32 %

populace si soudí, že snaha o prosazování rovnosti je v ČR **přiměřená.**

## 13 %

populace to **nedokáže posoudit.**



## 23 %

si říká, že prosazování rovnosti **by mělo být intenzivnější.**

6 % (výrazně intenzivnější) +  
16 % (o něco intenzivnější)  
Ve světě tento názor zastává průměrně 49 % obyvatel

Otázka: Když se zamyslíte nad snahou o prosazování rovnosti všech skupin lidí v ČR, myslíte si, že celkově ...?

# JAKÝ JE POHLED ČECHŮ NA PROBLEMATIKU NEROVNOSTI A GENDEROVÉHO NÁSILÍ?

V otázkách týkajících se genderového násilí a rovnosti pohlaví v zaměstnání, péči o děti a důchodu je patrný výrazně odlišný pohled mužů a žen. Naopak u manželství pro všechny je jasnou dělicí linií věk občanů: zatímco mezi lidmi do 29 let manželství pro všechny rozhodně podporuje 42 % dotázaných. V kategorii 50 - 65 let jen 18 %.

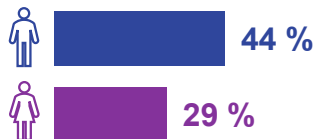
## 89 %

ČR by měla aktivněji řešit problematiku násilí na ženách a domácího násilí



## 37 %

Ochrana obětí domácího a sexuálního násilí je v ČR dostatečná



(Procento = rozhodně souhlasím + spíše souhlasím)

## 67 %

ČR by měla zavést stejné podmínky manželství pro všechny



## 87 %

ČR by měla více podporovat rovnost mužů a žen v zaměstnání, v péči o děti, ve výši důchodů apod.



**Stejné podmínky manželství pro všechny** schvalují nejvíce lidé do 29 let (79 %).

S věkem podpora klesá až k 54 % ve skupině **50-65 let**.

Otázka: U každého z následujících výroků prosím uveďte, do jaké míry s ním souhlasíte nebo nesouhlasíte.

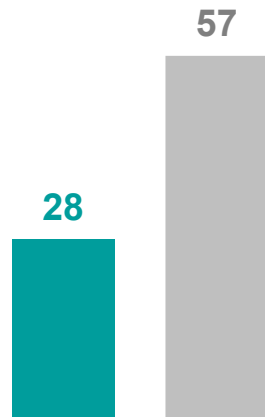
# FOTBAL A UDRŽITELNOST



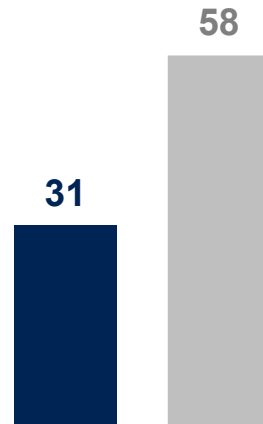
# KDE BY SE MĚLY VELKÉ SPORTOVNÍ KLUBY ANGAŽOVAT Z HLEDISKA ESG?

Požadavky veřejnosti na angažovanost sportovních klubů v ESG aktivitách nejsou tak velké jako u jiných odvětví (zejména pak u průmyslu). Důvodem může být jejich vnímání spíše na straně příjemce než poskytovatele podpory. Základním požadavkem je etické fungování v souladu se zákony.

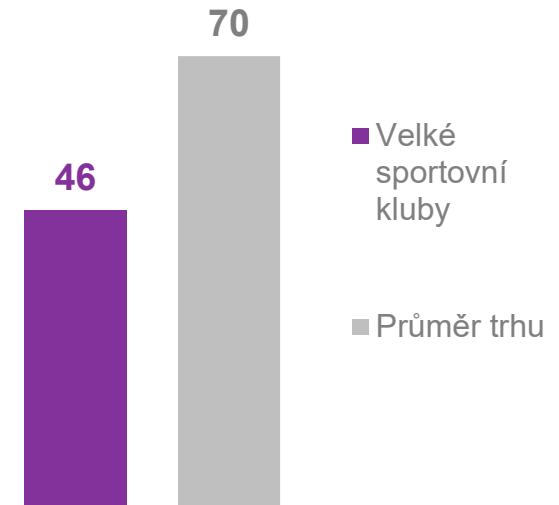
## OCHRANA ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ (E)



## ZLEPŠOVÁNÍ ŽIVOTA SPOLEČNOSTI (S)



## PODNIKÁNÍ ETICKÉ A V SOULADU SE ZÁKONY (G)



Otázka: Prosím ohodnoťte na škále od 1 do 10, nakolik je pro Vás důležité, aby se velké sportovní kluby v ČR ...  
~ věnovaly se ochraně životního prostředí. ~ věnovaly se zlepšování života společnosti. ~ podnikaly eticky a v souladu se zákony

# JAKÝM K TIVITÁM V PILÍŘI S BY SE MĚLY VELKÉ SPORTOVNÍ KLUBY V ČR VĚNOVAT?

V zájmu zlepšování života společnosti vidí Češi jako jednoznačnou prioritu pro sportovní kluby podporu pohybu a zdravého životního stylu u dětí. S výrazným odstupem následují podpora komunit a sportování dospělých.



Větší důraz na **podporu zdravého životního stylu dětí** kladou lidé ve věku 50-65 let (63 %) a lidé z Prahy (64 %).

**Podpora zdravého životního stylu dospělých** je prioritnější pro lidi z Prahy (50 %), z měst s více než 100 000 obyvatel (42 %) a lidi s vysokoškolským vzděláním (42 %).

Otázka: Které dvě nebo tři z následujících oblastí považujete za priority, kterým by se měly velké sportovní kluby v ČR věnovat v oblasti zlepšování života společnosti?

## Headline



**Markéta Kneblíková**

PR Manager

Marketing & Communication

marketa.kneblikova@ipsos.com

GSM: +420 724 601 242



**Tereza Horakova**

Associate Director

Ipsos BHT&CE

tereza.horakova@ipsos.com

GSM: +420 725 802 698

## O SPOLEČNOSTI IPSOS

Ipsos je výzkumnou, technologickou a konzultační společností. Výzkumu trhu se Ipsos věnuje 30 let a je největší agenturou na českém trhu. Spolupracuje s pobočkami sítě Ipsos v 90 zemích. Z Prahy řídí projekty po celém světě a sídlí zde i vedení Ipsos Central Europe Cluster (ČR, SR, Maďarsko, Rakousko).

Ipsos disponuje moderním technickým zázemím pro sběr a zpracování dat a využívá know-how divizí specializovaných na výzkumy značky a komunikace, mapování trhu a segmentaci, zákaznickou zkušenost a kvalitativní výzkum.

Ipsos je členem organizací SIMAR, ESOMAR, MSPA a řídí se jejich etickými principy a metodickými pravidly. Dlouhodobě se věnuje tématům CSR a udržitelného rozvoje.

Více na [www.ipsos.cz](http://www.ipsos.cz).

SIMAR

ESOMAR  
WORLD RESEARCH

MSPA MYSTERY SHOPPING  
PROFESSIONALS ASSOCIATION

ISO  
ISO/IEC  
27001:2013  
Certified

ČESKÁ MANAŽERSKÁ ASOCIACE  
CZECH MANAGEMENT ASSOCIATION

Asociace  
společenské  
odpovědnosti

czech bcsd

FINANCIAL  
TIMES  
statista  
CLIMATE  
LEADERS  
2022

Na Příkopě 22, Slovanský dům, 110 00, Praha 1

[www.ipsos.cz](http://www.ipsos.cz)

[www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)

