

TLAČOVÁ SPRÁVA

Bratislava 20. júla 2020

Prieskum: Top 5 slovenských potravín, za ktorými sa oplatí vydať na letnú gastroturistiku alebo ich zbaľiť do batohu

Bryndza je TOP slovenskou potravinou pre takmer tri štvrtiny Slovákov. Ľudia ju majú radi pre jej jedinečnosť, výrazne odlišnú chuť (66 %) a zdravotné benefity (25 %). Podľa prieskumu, ktorý si nechala BILLA vypracovať koncom júna, prvú päťku typických slovenských výrobkov uzatvárajú spoločne na piatom mieste oštiepok, parenica a korbáčiky. Tie spolu so žinčicou, ktorá obsadila tretie miesto v rebríčku, jasne naznačujú, že Slováci sú stále verní tradičným chutiám. Návšteva salašov by preto nemala chýbať na zozname tohtoročnej dovolenky na Slovensku.

Toto leto zažívajú slovenské regióny znovuzrodenie. Neistota z vycestovania do zahraničia presvedčila mnoho Slovákov, že prišiel čas objavovať to, čo je doma. Napríklad aj formou gastroturizmu. Potvrďuje to aj prieskum zameraný na TOP 20 slovenských potravín, ktorý si spoločnosť BILLA v spolupráci s agentúrou 2muse, nechala vypracovať na vzorke 1 005 respondentov. „*Chceli sme lepšie porozumieť tomu, čo je pre Slovákov stále typická potravina, ako ju konzumujú, pri akých príležitostiach a čo sú ich obľúbené kombinácie,*“ upresňuje hovorkyňa spoločnosti BILLA Kvetoslava Kirchnerová.

Podľa prieskumu, ľudia naše tradičné syrové výrobky radi príležitostne kombinujú aj s rôznymi nápojmi. *“Oštiepky, parenice alebo korbáčiky si najviac ľudia vychutnávajú s pivom, ktoré sa zároveň ocitlo v rebríčku na druhom mieste za bryndzou. Ovčí syr zas zvyknú zapíjať kyslomliečnymi výrobkami,*“ tvrdí Michal Vyšínský z agentúry 2muse.

Čo je doma, to sa počíta

Gastroturizmus nie je v našich končinách až taký rozšírený. Slováci s týmto cieľom cestujú skôr do Talianska, Francúzska, prípadne Španielska. Pritom salaše a farmy ponúkajú potraviny, ktoré sú srdcovkou väčšiny našincov. A to aj v prípade, že sedia doma. Také korbáčiky robia spoločnosť pri televízore polovici ľudí (49 %) a bryndzu konzumujú bežne ako súčasť pravidelného stravovania viac ako tri štvrtiny (76 %). *“Záujem Slovákov o slovenské výrobky je veľký. Až štyria z piatich oceňujú najmä ich chuť a čerstvosť, ale nezabúdajú ani na tradíciu a ich pôvod. Dokonca, v niektorých prípadoch zaváži pôvod výrobku viac ako iné faktory. Aj toto sú zistenia, ktoré dávajú našej kampani Doba slovenská zmysel. Slovenské výrobky ľudia na predajniach chcú. Takú bryndzu kupuje na salaši len 15 % ľudí. Aj preto u nás zákazníci nájdu 100 % ovčiu bryndzu pod privátnou značkou BILLA Premium,*“ dopĺňa hovorkyňa spoločnosti BILLA.

Obdobie dovolenkovej sezóny nahráva Slovákom, aby sa vybrali k zdroju svojich obľúbených chutí a tak spojili príjemne s užitočným. Napríklad aj návštevou jedného z mnoha salašov a fariem na Orave

či Liptove. *“Najlepší patent prírody, pravá ovčia bryndza, je plná probiotických mliečnych mikroorganizmov, ktoré pôsobia na správne zloženie mikroflóry v našom tele, dokonca patrí táto potravina z hľadiska množstva probiotík na gram medzi tie vôbec najbohatšie na svete - je to naše pred svetom skryté zlato. V kombinácii s množstvom minerálov, vitamínov a mastných kyselín, ktoré sú tiež potrebné na správne fungovanie organizmu, pomáha v budovaní imunity, v boji s cholesterolem či vysokým tlakom,“* dodáva MUDr. Boris Bajer, odborník na výživu.

Horali nedopustia na Horalku a Kofolu

Nielen mliečne výrobky si našli svoje zastúpenie v prieskume. Pri cestovaní, výletoch do hôr či na kúpalisko ľudia obľubujú Horalku s Kofolou, ktoré osviežia v každom počasí. Svoje v tomto zohráva aj fakt, že oba výrobky sú jednoducho skladné na prepravu v batohu či v kufri auta a odolajú aj vyšším letným teplotám. Takmer tretina aktívnych ľudí ich rada vzájomne kombinuje a viac ako polovica (59 %) Slovákov si rada Kofolu vychutnáva hlavne na horách. Pričom v rebríčku TOP 20 sa Kofola ocitla častejšie u žien ako u mužov. Zaujímavé je aj to, že takmer polovica zahraničných priateľov Slovákov ochutnala Kofolu a boli príjemne prekvapení skvelou chuťou. Tretina ju dokonca aj pochválila.

O prieskume:

Prieskum TOP 20 Slovenských potravín vypracovala pre spoločnosť BILLA agentúra 2muse na základe exkluzívneho kvantitatívneho ad-hoc prieskumu formou on-line panela s riadeným prístupom na vzorke 1005 respondentov. Terénny zber dát prebiehal v rozpätí dátumov 11.6 až 18.6. 2020.

O spoločnosti

Spoločnosť BILLA, s.r.o., ktorá je súčasťou REWE International AG, pôsobí na Slovensku od roku 1993. Je lídrom v segmente supermarketov. V súčasnosti ich prevádzkuje viac ako 150 a zamestnáva viac ako 4 500 pracovníkov. V supermarketoch priemernej rozlohy 900 m² BILLA ponúka široký sortiment značiek, vrátane vlastných aj diskontných. Dominantnými medzi vlastnými značkami cenovo výhodné produkty Clever, výrobky pod značkou BILLA, organické produkty BILLA BIO a domáca Slovenská farma. Rovnako dôležitý je v ponuke podiel čerstvých produktov v oblasti lahôdok, pečiva, ovocia, zeleniny a mliečnych výrobkov.

Kontakt pre médiá:

Ing. Kvetoslava Kirchnerová, hovorca spoločnosti BILLA

BILLA s.r.o., Bajkalská 19/A, 821 02 Bratislava

e-mail: k.kirchnerova@billa.sk

mobil: +421 911 110 672

telefón: +421 2 48 242 891
