Practice Abstract 5.10

BOOSTING BUCKWHEAT CONSUMTION IN THE CZECH REPUBLIC

AUTHOR(S)
Assoc. Prof. Lucie Plzáková Ph.D. & Assoc. Prof. Lukas Zagata, Ph.D.

CONTACT
plzakova@pef.czu.cz;
zagata@pef.czu.cz

KEY WORDS
Buckwheat, Local production, Gluten-free nutrition, Consumer awareness, Healthy food innovation

www.cropdiva.eu
@H2020Cropdiva

CHALLENGE

Although buckwheat has a long tradition of cultivation in the Czech Republic, consumption remains low. Younger and mainstream consumers rarely eat it due to limited availability, a distinct taste, low awareness of nutritional benefits, and unfamiliarity with preparation, especially of buckwheat pasta.

SOLUTION

Public education on buckwheat's health benefits (gluten-free, high in protein, fiber, vitamins, and minerals) can boost consumption. Increasing presence in supermarkets, tastings, simple recipes, and collaboration with influencers, chefs, and catering services (schools, restaurants) are effective strategies.

OUTCOME

Increased interest can support local farmers, reduce imports, and offer consumers a local, healthy alternative. Food producers can innovate within the health food market.

PRACTICAL RECOMMENDATIONS

- Encourage local production and shorter supply chains.

- Make buckwheat products available in regular supermarkets, not just health food sections.
- Run educational campaigns focusing on recipes and health benefits.
- Collaborate with public catering and hospitality sectors.



FURTHER INFORMATION

Most buckwheat products on the market are imported from countries like Poland and Russia due to lower costs. Local production is mainly used for organic, gluten-free, or artisanal products in specialty stores.

About CROPDIVA

CROPDIVA wants to put 6 underused arable crops back in the fields: oats, hull-less barley for human consumption, triticale, buckwheat, faba beans and lupins. 27 European partners are joining forces to enhance agrobiodiversity in Europe. They will achieve this by focusing on crop diversity and creating local value chains. The project is running from September 2021 to August 2025.

This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation program under grant agreement N°1010000847

Views and opinions expressed are those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

Jak zvýšit konzumaci pohanky v České republice

Výzva

Pohanka má v Česku dlouhou tradici pěstování, včetně vlastní odrůdy, přesto je její konzumace stále poměrně nízká. Ačkoliv ji většina lidí zná, pravidelně ji konzumují zejména ti, kdo dbají na zdravý nebo alternativní životní styl. Mladší a běžní spotřebitelé ji kupují spíše výjimečně – často jen ze zvědavosti. Mezi hlavní překážky patří omezená dostupnost v běžných supermarketech, charakteristická chuť, nízké povědomí o výživových benefitech a neznalost způsobů přípravy, zejména pohankových těstovin.

Řešení

Pro zvýšení konzumace je nutná cílená osvětová kampaň, která zdůrazní nutriční přednosti pohanky – je přirozeně bezlepková, obsahuje 10–14 % bílkovin, vysoký podíl škrobu a vlákniny a je bohatá na vitamíny a minerály. Zvýšit její oblibu může také lepší dostupnost v obchodech, ochutnávkové akce, jednoduché recepty a spolupráce s influencery a kuchaři. Účinnou strategií je i začlenění pohankových produktů do školních jídelen a restaurací.

Výsledek

Vyšší zájem o pohanku by podpořil domácí zemědělce, snížil závislost na dovozech a spotřebitelům nabídl lokální, zdravou a bezlepkovou alternativu k tradičním přílohám. Pro výrobce potravin představuje pohanka skvělou příležitost pro inovace v oblasti zdravé výživy.

Doporučení pro praxi

- Podporovat lokální produkci a zkracovat dodavatelské řetězce
- Zařadit pohankové výrobky do běžných supermarketů, nejen do „zdravých“ sekcí
- Realizovat osvětové kampaně zaměřené na jednoduché recepty a zdravotní benefity
- Spolupracovat s gastronomickými provozy a veřejným stravováním (školy, jídelny)

Další informace

Ačkoliv se pohanka v Česku tradičně pěstuje, většina pohankových výrobků na trhu pochází ze zahraničí, především z Polska, Ruska a Ukrajiny. Důvodem jsou nižší náklady na dováženou surovinu, což je zásadní pro velké výrobce potravin zásobující supermarkety. Domácí pohanka se častěji využívá v bio, bezlepkových a řemeslných produktech, které se prodávají ve specializovaných prodejnách.

AUTHOR(s): Lucie Plzáková & Lukas Zagata
CONTACT: plzakova@pef.czu.cz; zagata@pef.czu.cz

www.cropdiva.eu
@H2020Cropdiva