Practice Abstract 5.11

Attitudes of Czech Consumers Towards Underutilized Crops

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

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

KEY WORDS
Underutilized crops, Czech consumers, market segmentation

www.cropdiva.eu
@H2020Cropdiva



CHALLENGE

Attitudes of Czech consumers towards underutilized crops (UC) are shaped by cultural habits, limited information, and scarce product availability. While some crops like oats and buckwheat are somewhat familiar, consumption remains low—especially among mainstream consumers. Those prioritizing health, sustainability, or alternative diets show more interest, but even they often lack awareness of crops such as triticale or lupin, the latter known for products like caffeine-free lupin coffee.

SOLUTION

Targeted communication is key to increasing interest in underutilized crops. For consumers under 25, digital content and modern recipes are essential. For the general public, simplicity in shopping and preparation, along with trust in producers, is vital. Expanding product availability in regular retail and educating consumers on health benefits and local origin will support this effort.

OUTCOME

Understanding different consumer segments enables stakeholders to better plan production, distribution, and communication. Market segmentation can improve acceptance and

foster food system diversification. More broadly, promoting underutilized crops enhances food security, reduces environmental impacts, and strengthens agricultural resilience to climate change.

PRACTICAL RECOMMENDATIONS

To boost UC consumption in the Czech Republic, an enabling environment is needed. Strengthening cooperation among farmers, processors, and retailers to ensure a stable supply of quality UC products is essential. Supporting pilot initiatives in public catering and local farmer programs can provide consumers with firsthand experience.

FURTHER INFORMATION

Compared to Italy or Spain—where some underutilized crops are traditional—Czech consumers remain cautious. Belgium and Austria show similar patterns but with growing interest among environmentally conscious groups. Awareness in Serbia is low, though younger generations are increasingly open to new food trends.

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.

Postoje českých spotřebitelů k méně pěstovaným plodinám

Výzva

Postoje českých spotřebitelů k méně využívaným plodinám formují kulturní zvyklosti, nedostatek informací a omezená dostupnost těchto produktů. I když jsou některé plodiny, jako oves nebo pohanka, poměrně známé, jejich pravidelná konzumace je stále nízká, především mezi běžnými spotřebiteli. Naopak lidé zaměření na zdravý životní styl, udržitelnost či alternativní výživu tyto produkty vyhledávají častěji. Přesto i mezi nimi jsou méně známé plodiny jako tritikale nebo lupina, například lupinová káva – bezkofeinová alternativa kávy.

Řešení

Klíčem k většímu zájmu o méně využívané plodiny a jejich výrobky je cílená komunikace. Pro mladší generaci do 25 let jsou důležité digitální kanály a moderní recepty, zatímco běžní spotřebitelé oceňují jednoduchost nákupu, přípravy a důvěru ve výrobce. Zvýšit oblibu může i lepší dostupnost v běžných obchodech spolu s osvětou o zdravotních benefitech a lokálním původu.

Výsledek

Lepší pochopení postojů různých skupin spotřebitelů pomůže lépe plánovat výrobu, distribuci i komunikaci produktů z méně využívaných plodin. Segmentace trhu podle typu zákazníků může zvýšit přijetí těchto produktů a podpořit diverzifikaci potravinového systému. Celkově to může přispět k posílení potravinové bezpečnosti, snížení ekologické zátěže a zvýšení odolnosti zemědělství vůči klimatickým změnám.

Doporučení pro praxi

Aby se zvýšila spotřeba méně využívaných plodin v ČR, je potřeba vytvořit prostředí, které jejich začlenění do každodenní stravy usnadní. Klíčové je posílit spolupráci mezi zemědělci, zpracovateli a maloobchodem, aby byla zajištěna stabilní nabídka kvalitních produktů. Doporučujeme také podporu pilotních programů ve veřejném stravování a místních farmářských iniciativ, které umožní spotřebitelům osobní zkušenost s novinkami.

Další informace

Na rozdíl od zemí jako Itálie nebo Španělsko, kde jsou některé méně využívané plodiny běžnou součástí kuchyně, jsou čeští spotřebitelé zatím opatrnější. Situace v Belgii a Rakousku je podobná Česku, i tam ale roste zájem zejména mezi ekologicky smýšlejícími skupinami. V Srbsku je povědomí nízké, ale mladší generace je otevřená novým trendům.

AUTHOR(s): Lucie Plzáková & Lukáš Zagata
CONTACT: plzakova@pef.czu.cz; zagata@pef.czu.cz
www.cropdiva.eu
@H2020Cropdiva