

Doplňky stravy užívá 84 % Čechů. Požadují kvalitu, ale mají o ní rozdílné představy.

Praha, 8. září 2026 – Doplňky stravy užívá 84 % obyvatel Česka ve věku 18 až 55 let. Dvě třetiny uživatelů dávají při výběru přednost kvalitě před cenou, nemají ale jasno v tom, podle čeho ji poznat. Vyplývá to z průzkumu agentury Ipsos pro Pilulku na reprezentativním vzorku 1 000 respondentů.

Hořík vede, pro řadu lidí jsou doplňky každodenní rutinou

Z uživatelů doplňků stravy je více než polovina (54 %) bere každý den. Nejčastěji lidé sami uvádějí, že po nich sahají kvůli podpoře imunity (43 %), celkové péči o zdraví a prevenci (33 %) nebo únavě a nedostatku energie (33 %), nejde tedy o potvrzení účinku konkrétních přípravků. Žebříčku nejužívanějších doplňků vévodí hořík (60 %), následuje vitamin C (53 %) a vitamin D (45 %).

Při rozhodování o nákupu dají lidé nejvíce na vlastní zkušenost, kterou uvádí 32 % respondentů. Následuje doporučení rodiny nebo přátel (30 %), lékaře (29 %) a lékárníka (26 %). Sedm z deseti uživatelů nakupuje doplňky alespoň někdy online, nejčastějším místem nákupu ale zůstávají lékárny, ať už kamenné, nebo internetové.

Za doložitelnou kvalitu jsou lidé ochotni připlatit

Pro 65 % uživatelů je při výběru doplňku stravy důležitější kvalita než cena. Většina z nich by za výrobek s doložitelně vyšší kvalitou přijala alespoň mírně vyšší cenu, pětina dokonce výrazně vyšší.

Právě v tom, co si pod kvalitou představit, nejsou odpovědi jednoznačné. Když měli respondenti spontánně znaky kvality popsat, nejčastěji zmiňovali dostatečné množství účinné látky (21 %), kvalitní suroviny (18 %) a dobré složení (13 %). Při výběru z konkrétních možností pak nejvíce hlasů získalo dostatečné množství účinné látky (38 %), čisté složení (30 %) a dobrá vstřebatelnost (30 %)

„Dva výrobky se stejnou účinnou látkou se mohou lišit její formou, množstvím, využitelností pro organismus i čistotou složení. Velké číslo na etiketě proto samo o sobě kvalitu nedokládá a dává smysl ji posuzovat podle více parametrů současně. Ani takové srovnání ale nemůže říct, který přípravek konkrétní člověk potřebuje,“ říká Ing. Mgr. Michal Pohludka, Ph.D., MBA, LL.M., odborný člen Pilulka Board of Advisory.

Právě obtížná orientace v množství různých parametrů je jedním z problémů, na které se Pilulka v oblasti doplňků stravy zaměřuje.

NutraRating převádí více parametrů do jedné orientační známky

Unikátní nezávislý systém NutraRating hodnotí více než 3 500 doplňků stravy a proteinů na stupnici od A+ do D. Do výsledné známky vstupuje několik parametrů, mimo jiné forma a množství účinných látek, čistota složení a použité pomocné látky, původ surovin, výrobní standardy, testování a transparentnost výrobce. U relevantních látek zohledňuje také jejich využitelnost pro organismus, u proteinů pak koncentraci a zdroj bílkovin.

„Průzkum potvrzuje, že při výběru doplňků stravy hraje prim kvalita. Zároveň ale ukazuje, jak rozdílně si ji lidé vykládají a podle čeho ji posuzují. Tématu orientace v doplňcích stravy se v Pilulce věnujeme dlouhodobě. NutraRating převádí několik parametrů kvality do jedné srozumitelné známky, a zároveň

transparentně ukazuje, z čeho hodnocení vychází. Chceme dát zákazníkům odborné, jednoduché a objektivní podklady pro rozhodnutí, aby rozuměli tomu, co kupují a za co platí,” říká Petr Toupal, CEO Pilulky.

Klíčové výsledky průzkumu

Ukazatel	Podíl
Užívá doplňky stravy (18–55 let)	84 %
Užívá je každý den (z uživatelů)	54 %
Preferuje kvalitu před cenou	65 %
Nejužívanější doplněk: hořčík	60 %
Nakupuje alespoň někdy online	7 z 10

Zdroj: Ipsos pro Pilulku, červen 2026, n = 1 000 (18–55 let).

O průzkumu

Online průzkum agentury Ipsos pro Pilulku proběhl od 22. do 26. června 2026 na reprezentativním vzorku 1 000 respondentů z Česka ve věku 18 až 55 let; otázky se vztahují k užívání v posledních 12 měsících. Báze respondentů se u dílčích otázek liší – údaje o frekvenci užívání, typech přípravků a nákupních preferencích se počítají z uživatelů doplňků stravy.

O

Pilulce

Pilulka je česká online platforma zaměřená na zdraví, prevenci a dlouhodobou péči o zdraví. Vedle široké nabídky zdravotních produktů rozvíjí služby založené na datech, diagnostice a personalizaci, jako jsou Pilulka PRO, NutraRating nebo Chytrý průvodce. Cílem Pilulky je pomáhat lidem lépe se orientovat v péči o zdraví a dělat informovanější rozhodnutí na základě srozumitelných a relevantních dat.

Kontakt pro média:

Markéta Brázdová

marketa.brazdova@pilulka.group

Barbora Dlabáčková

Barbora.dlabackova@heroandoutlaw.com