

Průměrný oběd v číslech: Balance za rok 2025 ukazuje snahu šetřit i nové (ne)zdravé trendy

Průměrná cena oběda v posledním měsíci roku 2025 dosáhla 199 Kč. Oproti předchozím letům pokračoval loni růst cen spíše pomalým tempem, v některých měsících dokonce stagnoval. Chování a preference strávníků však přesto nezůstaly bez změny. Na jídlo připadne čím dál větší část rozpočtu běžné domácnosti, obvykle zhruba 20 %. Češi na vyšší ceny reagují častěji přípravou obědů doma, omezením návštěv restaurací a pečlivějším výběrem pokrmů i ingrediencí, za které své peníze utratí.

V lednu roku 2025 strávníci za oběd zaplatili v průměru 192,50 Kč. V prosinci 2025 to ale bylo až o 6,50 Kč více. Přestože tempo zdražování dlouhodobě zpomalilo, ceny poledního menu zůstávají pod tlakem. Jejich vývoj se navíc i nadále výrazně liší napříč krajskými městy. Praha si udržela nejvyšší cenovou hladinu – v prosinci zde oběd vyšel v průměru na 223,30 Kč. Na opačném konci žebříčku se dlouhodobě drží Zlín a Olomouc, kde se ceny obědů i v roce 2025 pohybovaly pod hranicí 180 Kč. Naopak nejnižší tempo zdražování loni zaznamenal Hradec Králové s necelým procentem růstu, a také Jihlava a Plzeň s 2,1% růstem.

„Rok 2025 se nesl v duchu pokračujícího zdražování cen obědů. V porovnání s předchozími lety šlo ale o růst spíše pozvolný, který se navíc v některých měsících – například během podzimu – dokonce téměř zastavil. Dnes za polední menu zaplatíme přibližně o 2 % více než loni. Neplatí to ale pro všechny regiony. Například v Liberci ceny meziročně vyrostly až o 5 %, tedy o bezmála 10 korun. Data tedy napovídají, že přestože se trh jako celek postupně zklidňuje, vývoj zůstává výrazně nerovnoměrný a liší se město od města. Mezi nejvýraznější stravovací trendy roku 2025 patřil pokles návštěvnosti restaurací, ale také větší příklon strávníků k jejich zvýhodněným poledním nabídkám. Z nich si loni pravidelně vybíralo 47 % Čechů,“ říká Aneta Martišková, členka vedení Edenred a připomíná, že reálné mzdy meziročně stouply¹ o zhruba 4,5 %.

Stravovací trendy roku 2025: hon za úsporami a obědy z automatu

Růst cen se v širším kontextu ekonomického vývoje promítl do každodenního rozhodování Čechů. Z průzkumu Barometr FOOD realizovaného v srpnu loňského roku vyplývá, že zatímco v roce 2024 obědvalo v restauraci v okolí pracoviště 33 % respondentů, v roce 2025 už to bylo pouze 26 %. Naopak výrazně přibýlo lidí, kteří si nosí jídlo z domova – z 46 % v roce 2024 na více než 57 % v roce 2025. Domácí vaření a alternativní způsoby stravování tak stále častěji nahrazují nebo doplňují klasický oběd v restauraci. Zajímavý posun je vidět i u menších nákupů na pracovišti – podíl zaměstnanců, kteří si jídlo pořízují v automatech, se meziročně téměř zdvojnásobil.

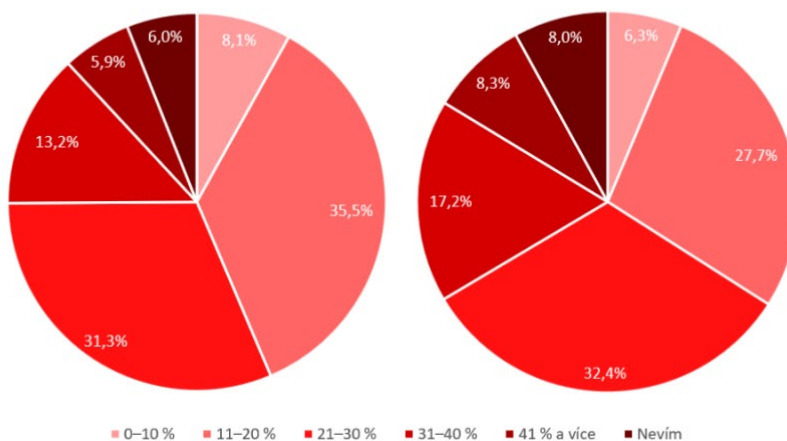
Změna souvisí i s tím, jak velkou část rozpočtu domácnosti vydávají za potraviny. Zatímco v roce 2024 utrácelo za jídlo více než 40 % svého rozpočtu necelých 6 % domácností, v roce 2025 už to bylo přes 8 %. Zároveň ubylo domácností, které se vešly do rozmezí 11–20 % rozpočtu – tedy skupiny, která byla ještě v roce 2024 nejsilněji zastoupena. Stále větší část lidí se naopak přesouvá do vyšších výdajových pásem, zejména do kategorie 21–30 % a 31–40 %. „Data potvrzují, že náklady na potraviny zabírají v rodinných rozpočtech čím dál větší prostor. Češi začali mnohem citlivěji vnímat, kolik je jídlo stojí. Restaurace navíc

¹ Srovnání průměrné hrubé měsíční mzdy ve třetím kvartálu let 2024 a 2025 podle Českého statistického úřadu: https://csu.gov.cz/zamestnanci-a-mzdy?1_pocet=10&1_start=0&pocet=10&start=0&1_skupiny=11&1_vlastnostiVystupu=12&1_razeni=-datumVydani&skupiny=11&vlastnostiVystupu=15&pouzeVydane=true&razeni=-datumVydani

patří mezi první položky, které jsou lidé ochotni v rámci svých výdajů omezit – v roce 2025 to v našem průzkumu uvedlo téměř 90 % respondentů,“ doplňuje **Aneta Martišková**.

A jak optimální cenu oběda vnímají strážníci? Průzkum Barometr FOOD 2025 se zaměřil také na maximální částku, kterou by Češi byli ochotni zaplatit, pokud by na oběd měli chodit každý den. Nejčastější odpovědí se stala suma kolem 120-160 korun. Více než 160 Kč by bylo ochotno utratit zhruba 32 % a více než 200 Kč jen přibližně 7 % strážníků. „*Drtivá většina krajských měst registruje průměrnou útratu za obědy, která je o 20-50 Kč vyšší, než kolik by pro tuzemské strážníky bylo optimální. Řada z nich je ochotna si za jídlo připlatit – ale pouze v případě, kdy jde o kvalitnější pokrm,*“ vysvětluje **Martišková**.

Jakou část vašeho či rodinného měsíčního rozpočtu přibližně utratíte za nákup potravin?
(srovnání let 2024 a 2025)



Kompromis na talíři: mysleli jsme i na zdraví?

Rostoucí ceny nutí strážníky hledat kompromisy nejen v tom, jak často chodí do restaurací, ale i v samotném obsahu nákupních košíků či polední objednávky. Zatímco více než polovina lidí uvádí, že se i přes tlak na rozpočet snaží udržet alespoň základní standard stravování, téměř 40 % přiznává, že muselo začít na kvalitě jídla šetřit. „*Strážníci začínají hledat nové cesty, jak si v rámci poledního stravování uchovat vlastní standardy. Kromě toho, že v práci častěji jedí pokrmy připravené z domova, také více sázejí na domácí kuchyni namísto exotiky. Zároveň podle dat Barometru FOOD až 70 % Čechů nakupuje minimálně polovinu košíku ve slevách,*“ vysvětluje **Martišková**. Důležitá je také podpora zaměstnavatele. Podle průzkumu motivuje příspěvek na stravování až 70 % zaměstnanců k tomu, aby zvolili pestřejší potraviny nebo lepší restauraci.

„*U běžných potravin bez přidané hodnoty Češi stále pečlivě sledují ceny a nakupují ve slevách. Pokud je pro ně ale vybraná potravina něčím zajímavá, rádi si připlatí, nejčastěji za lokální původ nebo zdravější složení. Naopak čím dál častěji už nechtějí platit za loga velkovýrobců na obalech a přecházejí k privátním značkám obchodních řetězců. Ušetřené náklady pak investují do vyšší kvality kupovaných potravin. Zejména mladší generace a rodiny s malými dětmi také více přemýšlejí nad zdravotními aspekty a snaží se omezovat ultrazpracované potraviny,*“ vysvětluje **Tomáš Prouza, prezident Svazu obchodu a cestovního ruchu**.

Ze spotřebitelského hlediska vidí **Tomáš Prouza** dva klíčové trendy. Tím hlavním je rychle rostoucí podíl privátních značek a příklon ke kvalitnějším potravinám. „*Vidíme také, že Češi jsou ochotni zkoušet nové věci, ale musí to pro ně být jednoduché a zabírat minimum času. Rychle rostou například prodeje předpřipravených salátů a dalších jídel. Obecně platí, že úspora času je jedním z hlavních požadavků.*“

I proto stále roste využívání samoobslužných pokladen v obchodech i objednávání potravin s dodávkou až do domu.“

Průměrná útrata za polední menu v krajských městech (v Kč)								
Město	Leden 2025	Březen 2025	Květen 2025	Červenec 2025	Září 2025	Listopad 2025	Prosinec 2025	Nárůst cen 2024/2025
Praha	216,3	218,1	220,1	222	222,6	222,8	223,3	2,50 %
České Budějovice	201,6	202,4	204,3	203,1	206,6	206,7	209,5	2,30 %
Plzeň	197,2	200,2	199,8	201,1	201,5	201,5	203,5	2,10 %
Karlovy Vary	185,2	177,9	183,8	185,9	186,1	187,6	189,4	2,70 %
Ústí nad Labem	174,3	175,1	176,8	178,6	183,7	179,6	181,1	2,20 %
Liberec	196,4	201,3	203,1	205,8	203,2	204,9	206,3	5,00 %
Hradec Králové	185,1	185,3	185	185,9	186,5	187,6	188,5	0,90 %
Pardubice	189	192,4	194,2	194,3	195,2	195,7	195,7	2,20 %
Jihlava	176,1	177,1	179,2	180,2	180,7	182,4	184	2,10 %
Brno	204,8	205,9	208	210,5	210,1	211,1	212,9	3,60 %
Zlín	168,4	169,3	173,2	176,2	175,5	175,9	176,9	3,50 %
Olomouc	168,7	173,4	171,8	175,1	177,3	178,9	176,9	2,90 %
Ostrava	189,3	190,2	193	195,1	194,6	196,4	198	4,20 %
Česká republika	192,5	194,2	195,8	197,8	197,3	198,4	199	2,60 %

Edenred je přední digitální platforma pro firemní služby v oblasti zaměstnaneckých benefitů, profesní mobility a B2B plateb. Působí ve 44 zemích a propojuje více než 60 milionů uživatelů s více než 2 miliony partnerských provozoven prostřednictvím 1 milionu firemních klientů.

Edenred nabízí specifická platební řešení zaměřená na zaměstnanecký engagement (stravenky, doprava do práce, dárkové poukazy, wellness, odměny a výhodné nabídky pro zvýšení kupní síly), mobilitu (multi-energetická řešení, včetně nabíjení elektromobilů, správy vozových parků, údržby, mytí a parkování) a firemní platby (virtuální karty). Kromě vlastních řešení Edenred také v rámci své platformy distribuuje nabídky více než 120 partnerů.

V souladu se záměrem skupiny „Enrich connections. For good“ umožňují tato řešení zlepšovat pohodu a kupní sílu uživatelů. Usnadňují mimo jiné životy lidí pracujících na cestách, zlepšují atraktivitu a efektivitu firem a oživují trh práce i místní ekonomiku. Rovněž podporují přístup ke zdravější stravě, produktům šetrnějším k životnímu prostředí a udržitelnější mobilitě.

12 000 zaměstnanců společnosti Edenred usiluje o to, aby se svět práce stal propojeným ekosystémem, který je každým dnem bezpečnější, efektivnější a zodpovědnější.

V roce 2024 skupina díky svým globálním technologickým aktivům spravovala obchodní objem téměř 45 miliard EUR, a to především prostřednictvím mobilních aplikací, online platform a karet.

Edenred je zapsán na burze cenných papírů Euronext v Paříži a je součástí indexů, včetně CAC 40 ESG, CAC Next 20, CAC Large 60, Euronext 100, Euronext Tech Leaders, FTSE4Good, DJSI Europe Index, DJSI World Index a MSCI Europe.

Značky a loga uvedená a použita v této tiskové zprávě jsou ochrannými známkami registrovanými společnostmi EDENRED S.E., jejími dceřinými společnostmi nebo třetími stranami. Bez písemného souhlasu svého vlastníka je nelze použít ke komerčním účelům.

Kontakty

DFMG

Jan Kroupa

Tel. +774 992 274

jan.kroupa@dfmg.cz