

Frisco vstupuje do roku 2026 s vylepšenou recepturou a největší vlnou novinek ve své historii

9.2.2026 - | Plzeňský Prazdroj

Značka Frisco, vstupuje do roku 2026 s významnou inovací. Na základě spotřebitelských preferencí přichází s vylepšenou recepturou se sladovým základem a zároveň představuje rekordní počet novinek, hned tři nové koktejlové příchutě a rozšíření nabídky v oblíbených plechovkách.

Vylepšená receptura vychází z chutí spotřebitelů

Frisco přichází od letošního února s vylepšenou recepturou, jejíž gró tvoří sladový základ. Rozhodnutí upravit recepturu vychází z rozsáhlého spotřebitelského průzkumu, který ukázal, že pro 75 % konzumentů Frisca je rozhodující především výsledná chuť a celkový zážitek z nápoje. *„Současně se ukázalo, že lidé neřeší, jestli jde o cider nebo o jiný typ alkoholického drinku. Naším cílem je nabízet nápoje, které lidem chutnají. Sladový základ je pro nás již vyzkoušený a osvědčený způsob výroby, který nám navíc dává větší variabilitu, abychom mohli přinášet zajímavější příchutě Frisca. Díky tomu současně dokážeme lépe vybalancovat ovocnou složku, sladkost a kyselost – a právě to spotřebitelé v testech jednoznačně ocenili,”* říká **Jan Dvořák, brand manažer značky Frisco**.

Nové vylepšené Frisco si přitom zachovává svou charakteristickou osvěžující chuť, jemnou perlivost i 4,5% obsah alkoholu. Produkty s novou recepturou zákazníci snadno poznají podle označení “Vylepšená receptura” na obalech.

Nejbohatší nabídka novinek v historii značky

Frisco současně pro letošní sezónu přichází s dosud nejširší nabídkou novinek. Oblíbená řada Frisco Cocktails nabízí tři nové příchutě inspirované populárními drinky: Mimosa, Jahodové Mojito a Piña Colada. Značka zároveň reaguje na rostoucí poptávku po praktickém balení a rozšiřuje portfolio nápojů v plechovkách o objemu 0,33 l. Kromě příchutí Jablko a Brusinka si nově budou moci spotřebitelé v plechovce vychutnat také varianty Mango, Spritz, Mojito a novinku Mimosa.

Na pultech od února

Nové portfolio Frisca se začne v obchodech objevovat postupně od letošního února, kdy plně nahradí dosavadní varianty. Podpora vylepšené receptury i novinek bude součástí hlavní marketingové kampaně značky, která odstartuje v květnu 2026.

Poznámka pro editory:

- S exportem do zhruba 50 zemí celého světa je Plzeňský Prazdroj lídrem mezi výrobci piva v regionu a největším exportérem českého piva.
- Plzeňský Prazdroj získal v roce 2025 v žebříčku aliance Byznys pro společnost TOP Odpovědná firma druhé místo v hlavní kategorii „TOP odpovědná velká firma“ a také první místo v oborové kategorii „TOP odpovědná firma v oblasti reportingu“ nebo druhé místo v kategorii „TOP

odpovědná firma: Komunikace pro udržitelnost“.

<https://www.prazdroj.cz/frisco-vstupuje-do-roku-2026-s-vylepsenou-recepturou-a-nejvetsi-vlnou-novinek-ve-sve-historii>