

Nový ročník, nový styl, noví vítězové.

Seznamte se s nejlepšími produkty Volby spotřebitelů 2025

13.6.2025 - Kateřina Goroškov | PROTEXT

„Volba spotřebitelů figuruje na trhu již dlouhých 25 let. Její obliba každým rokem stoupá. Každým rokem máme tu čest poukázat na to nejlepší a nejvíce inovativní, co firmy vyvinuly a na co jsou hrdé. S nimi vstupují na konkurenční pole - do obchodů, kde pevně věří, že si zákazník vybere právě jejich výrobek. Orientace je ale stále složitější, a to vzhledem k množství produktů na trhu. Proto se i my snažíme, a to především možností označení vítězných novinek naším logem, poukázat na ty skutečně spotřebitelsky nejatraktivnější. Proto jsme i my v letošním roce přistoupili k inovaci loga,“ uvádí Lukáš Matějka, manažer marketingové skupiny pořádající společnosti. **„Nové logo pro nás připravila agentura Growyo. Zadáním byl moderní vzhled, čistota grafiky a jasnost. Je přátelštější, čistší, ale stále vaše volba. Snažili jsme v něm zachovat DNA Volby spotřebitelů, jen v přitažlivější podobě. Například design ruky je přepracovaný tak, aby působil méně schematicky, a naopak více lidsky, což zlepšuje emocionální vnímání loga. Ruka je zároveň novým komunikačním konceptem - maskotem. Animovaná ruka s palcem nahoru nyní doprovází rodinu i v prodejně a slogan „Palec nahoru pro chytrý nákup“ odkazuje na hlavní poselství projektu, a to pomoci zákazníkům rychle najít ověřené produktové novinky,“** dodává Lukáš Matějka.

Velký zájem byl letos v oblasti proteinových výrobků, a to hlavně v kategorii „proteinové tyčinky“. Mnoho inovací zaznamenala oblast nápojů, ať už šlo o vody funkční, vitamínové, minerální, dětské, ovocné nebo energetické. Zajímavým trendem byla v letošním ročníku kategorie ekologických prostředků do domácnosti, která byla hojně zastoupena řadou českých značek. Kreativní novinkou byla například i Šunka na rohlík. Tedy šunka tvarovaná podle rohlíku, aby plátek spotřebitel využil snadno a beze zbytků. Nebo třeba toaletní papír Harmony 4=8, který má dvakrát tolik papíru oproti standardní ruličce. Také známý nanuk Mrož nyní nově ve verzi lahodného dezertu s 63 % tvarohu. S inovacemi přišla i řada českých firem, jako například Lakma Česká republika s čisticími výrobky Sidolux, řadou ekologických produktů obsahující minimálně 96 % přírodních látek, a navíc s příjemnou vůní ranní rosy. Nebo Spontex, který přišel s inovací staršího výrobku v podobě hadříku z mikrovlákn. Ten okna čistí beze šmouh a je účinný i bez použití čisticích prostředků. Pivovary Staropramen ohromily nejenom spotřebitele, ale i odbornou porotu, která dala nealkoholickému pivu Guinness 0.0 nejvyšší ocenění. A to nejenom pro 0 % alkoholu, ale i pro jedinečné použití dusíku, který se po otevření plechovky uvolní z malé plastové kuličky. Vytvoří tak příval bublinek, které způsobí, že po nalití do sklenice si můžeme vychutnat bílou hustou pěnu jako z právě načepovaného piva.

Hlavním symbolem nové kampaně Volby spotřebitelů je animovaná ruka s palcem nahoru – přátelská, nadsazená a rozhodně ne nudná. Tato ruka není jen tak ledajaký ukazatel, ale chytrý pomocník, který v nákupním dobrodružství najde ty nejčerstvější a nejspolehlivější produktové novinky. Slogan „Palec nahoru pro chytrý nákup“ tak přesně vystihuje, na co program chce poukázat. Tedy rychlý a jistý výběr bez nekonečného hledání a pochybností. Protože kdo by dnes chtěl bloudit mezi regály bez jasného signálu, že produkt je ověřený a stojí za to? Volba spotřebitelů je právě takovým nástrojem, propojujícím výrobce a spotřebitele.

Program Volba spotřebitelů každoročně spolupracuje s mnoha silnými mediálními partnery. Do jejich

řad letos přibyl přední nákupní rádce AkčníCeny.cz, také Regionální vydavatelství s titulem Noviny kraje a po drobné odmlce i portál Babinet.cz. Prostřednictvím mediálních partnerů se informace o novinkách dostanou přímo k zákazníkům. Logo Volba spotřebitelů a jeho vítěze lze najít ve spotech v TV, na YouTube a v online prostředí, v tisku, rádiích, outdooru, dále v rámci instore podpory v prodejnách Tesco a Makro a samozřejmě v online prostoru hlavně na sociálních sítích.

Odkazy:

<https://volbaspotrebitehu.cz/>

<https://www.volbaspotrebitehu.sk/>

<https://atoz.cz/>

<https://nielseniq.com/global/en/>

<https://www.zboziaprodej.cz/>

Partneři programu Volba spotřebitelů:

- výzkumná agentura a odborný partner: NielsenIQ
- B2C mediální partneři:

tisk: časopis Gourmet, vydavatelství A11: Mladý svět, Náš region, Regionální vydavatelství: Noviny kraje

nákupní rádce: AkčníCeny.cz

rádia: Evropa 2, Frekvence 1, Youradio Talk

internetové portály: Babinet.cz, Jen ženy

outdoor a in-store: Inpublic Group, Store Media, City Digital Media, MojeObrazovka.cz, Maxvision, adservis, TEPfactor

- B2B mediální partneři: Zboží a prodej, ZaPnovinky, Pharma Profit, Svět balení, Media Guru, MNFORCE, kongres Samoška, kongres Čerpačka, obalový kongres Obalko
- speciální partneři: Email kampaně, Wau! Studio
- NNO partner: Pomozte dětem, NROS
- Partneři akce: Growyo, Testuj.to, EKO-KOM, Webout

<https://www.ceskenoviny.cz/tiskove/zpravy/novy-rocnik-novy-styl-novi-vitezove-seznamte-se-s-nejlepsi-mi-produkty-volby-spotrebitehu-2025/2686099>