



PŘEDSTAVUJEME NEJDŮVĚRYHODNĚJŠÍ ZNAČKY ROKU 2025

ALKOHOL BOŽKOV	BALENÉ VODY MAGNESIA	BALÍKOVÉ SLUŽBY Zásilkovna	BANKY ČESKÁ Š spořitelna	BETONOVÉ PRAHY BEST.	BROKERSKÉ SPOLEČNOSTI xtb	CESTOVNÍ HANDELÁŘE A AGENTURY Čedok	ČERPACÍ STANICE ONO	ČISTIČÍ PROSTŘEDKY SAVO	ČISTIČKY UZDUCHU IONIC CARE	DEKORATIVNÍ KOSMETIKA DERMACOL FRAGUE	DERMOHOSMETIKA VICHY LABORATOIRES
DĚTSKÁ VÝŽIVA Sunar	DĚTSKÉ HRÁMY PROTI OPRAZENINÁM Sudocrem	DĚTSKÉ MULTIVITAMÍNY RAKYTNÍČEK	DEVELOPERSKÉ SPOLEČNOSTI SKANSKA	DODAVATELÉ ENERGÍÍ SKUPINA ČEZ	DOMÁCÍ ZABEZPEČENÍ JABLŮTRON	DOPĹHŮ STRAVY NA IMUNITU Preventan	ELEKTRICKÉ NÁŘADÍ BOSCH	ELEKTRICKÉ ZUBNÍ HRATÁČKY Oral-B	E-SHOPY S POTRAVINAMI rohlik .CZ	FUNKČNÍ NÁPOJE DrWitt	HOBBYMARKETY OBI
HOLENÍ Gillette	HORKOUZDUŠNÉ FRITÉZY Tefal	HRAČKY FIGURKY IGRÁČEK	INCONTINENČNÍ POMŮCKY TENA	KLINIKY ESTETICKÉ MEDICÍNY MEDICOM CLINIC	KOŘENÍ Vitana	KRMIVA PRO HOČKY whiskas	KRMIVA PRO PSY Brit	KUCHYŇSKÁ A KOUPELNÁVÁ STUDIA Siko KOUPELNY • KLIMATÉ	LETECKÉ SPOLEČNOSTI smartwings	MASO A UZENINY KOSTELECKÉ UZENINY	MONTÁŽNÍ PĚNY, TMELY, LEPIDLA Pattex
OČNÍ KLINIKY Gemini OČNÍ KLINIKA	OČNÍ OPTIKY GRANDOPTICAL	OSOBNÍ AUTOMOBILY SKODA	OSUŠEŽOVAČE UZDUCHU AIR WICK	PÁNEU A HRANČE Tefal	PIVO A PIVNÍ NÁPOJE Pilsner Urquell	PLATEBNÍ KARTY VISA	PNEUMATIKY Barum	POJIŠTOVNY GENERALI ČESKÁ POJIŠTOVNA	POSKYTOVATELÉ DOPRAVNÍCH SLUŽEB ČD České dráhy	PRACÍ PROSTŘEDKY ARIEL	PRIVÁTNÍ ZNAČKY JARMARK
PROBIOTIKA BIOPRON	PRODEJCI DROGERIE dm	PRODEJCI ELEKTRA DATART	PRODEJCI EROTICKÉHO ZBOŽÍ Růžový Slon	PRODEJCI KNIH KNIHY DOBROVSKÝ	PRODEJCI LÉHŮ Dr.Max	PRODEJCI NÁBYTKU IKEA	PRODEJCI OBUVI D DEICHMANN	PRODEJCI ODĚVŮ H&M	PRODEJCI POTRAVIN LIDL	PRODEJCI POTŘEB PRO ZVÍŘATA super ZOO	PRODEJCI ROSTLINNÉ KOSMETIKY YVES ROCHER FRANCE
PRODEJCI SPORTOVNÍHO VYBAVENÍ SPORTISIMO	PRODEJCI ŠPERKŮ SWAROVSKI	PROSTŘEDKY NA MYTÍ NÁDOBÍ Jar	PŘÍPRAVKY NA BOLEST V HRU Strepsils	PŘÍPRAVKY NA BOLEST ZAD, KLOUBŮ A SVALŮ Voltaren	PŘÍPRAVKY NA KAŠEL Stoptussin	PŘÍPRAVKY NA KLOUBY A KOSTI GS Condro DIAMANT	PŘÍPRAVKY NA MOČOVÉ ÚSTROJÍ Urinal	PŘÍPRAVKY NA PĚČI O PROSTATU Prostenał	PŘÍPRAVKY NA PODPORU SPÁNKU A ZLEPŠENÍ NÁLADY NEOSPAN	PŘÍPRAVKY NA RÝMU Olynth	PŘÍPRAVKY PRO ÚPRAVU HMOTNOSTI Forfemina
PŘÍPRAVKY PROTI HMYZU Biolit	QUICK-SERVICE RESTAURANT McDonald's	REALITNÍ HANDELÁŘE N&M REALITY	SÍTĚ KLINIK A AMBULANCÍ EUC	SROUÁVACÍ PORTÁLY POJIŠTĚNÍ klik.cz	STAVEBNICE LEGO	STŘEŠNÍ HRYTINY BMI BRAMAC	SYCENÉ NEALKO NÁPOJE kofola original	VEGETARIÁNSKÉ A VEGANSKÉ POTRAVINY Garden Gourmet	VETERINÁRNÍ PŘÍPRAVKY Foresto	VÍNA VÍNO MIKULOV	VLASOVÁ KOSMETIKA head & shoulders
VODOVODNÍ BATERIE GROHE	VOLNĚ PRODEJNÉ LÉHY NA BOLEST Ibalgin	VOLNĚ PRODEJNÉ LÉHY NA CHŘÍPKU A NACHLAZENÍ PARALEN GRIP	VÝROBCI OBLEHŮ BANDI BANDI VÁNOS	VÝROBCI OKEN A DVEŘÍ VEKRA OKNA DVEŘE	ZÁBAVNÍ PARKY A AQUAPARKY aquapalace praha						
ZAHRADNÍ NÁŘADÍ FISKARS	ZAHRADNÍ TECHNIKA Mountfield	ZDICÍ MATERIÁLY YTONG	DŮVĚRYHODNÉ ZNAČKY 2025: • Jubilejní 11. ročník unikátního marketingového programu • 95 kategorií • v průzkumu porovnáno téměř 900 značek								

ORGANIZÁTOR: **Atozmarketing**

NNO PARTNER: **POMŮZTE DĚTEM**

PARTNEŘI GALAVEČERA: **GROWYO**, **PARILLASOUND**, **Prima NEWS**

PARTNER TŘÍDĚNÍ: **EKO KOM**

VÝKUNNÁ AGENTURA: **NIQ**

B2B MEDIÁLNÍ PARTNEŘI: **ZBOŽÍ & PRODEJ**, **PHARMA PROFIT**, **SVĚTLEN**, **MEDIA GURU**, **MNFORCE**

VENUE PARTNER: **Cubex Centrum Praha**

PARTNER E-MAILOVÉ KOMUNIKACE: **smallCO**

B2C MEDIÁLNÍ PARTNEŘI: **adservis**, **BUSTV**, **CITY MEDIA**, **EVROPA 2**, **frekvence 1**, **gourmet**, **INPUBLIC group**, **Jen Ženy.cz**, **maxVISION**, **max s.r.l.**, **MEDIA**, **NÁŠ REGION**, **REGIONÁLNÍ VYDAVATELSTVÍ**, **storemedia**, **TEP factor team adventure**, **xju radio**

Průzkum byl realizován na reprezentativním vzorku 4 000 respondentů agenturou NIQ.

www.duveryhodneznacky.cz



DŮVĚRA JAKO TVRDÁ MĚNA: REKORDNÍ ROČNÍK ODHALIL NOUÉ LÍDRY I PŘEKVAPIVÉ ZMĚNY

Když letos reprezentativní panel 4 000 českých spotřebitelů hodnotil téměř 900 značek v 95 kategoriích, vznikla nejen tradiční statistika o vítězích, ale i pohled na to, jak se v čase, přesněji za 11 let trvání marketingového programu Nejdůvěryhodnější značka, vyvíjí věrnost zákazníků ke značkám. Češi v roce 2025 víc než kdy dřív hledají jistotu – ve svých domovech, pro své zdraví a v kvalitě, na kterou se mohou spolehnout. Tam, kde značky dlouhodobě drží slovo, rostou důvěra i prodeje.

Zákazníci už dnes neřeší jen cenu nebo dostupnost. Častěji se rozhodují podle toho, jak moc jim značka usnadní život, poskytne jistotu nebo pomůže zvládat každodenní stres. Vítězi se letos staly nejen značky silné v marketingu, ale především ty, které dlouhodobě slibují a plní. Spotřebitelé jsou přísnější a citlivější na nekonzistenci, přitom však zároveň očekávají, že značka nabídne přidanou hodnotu – ať už jde o vyšší pohodlí, bezpečnější domov nebo kvalitnější péči o sebe.

NOVÉ KATEGORIE JAKO ODRAZ RYCHLE SE MĚNÍCÍHO ŽIVOTNÍHO STYLU

A i to je důvod, proč se v programu objevují kategorie, které ještě před pár lety nestály v centru pozornosti. Rostoucí zájem o spánek a duševní pohodu dostává do popředí produkty pro zlepšení nálady či podporu spánku. Zákazníci více investují do bezpečí svého domova, což se odráží ve výrazném postavení segmentu domácího zabezpečení. Roste i poptávka po moderních platebních metodách, chytrých domácích technologiích nebo řešeních, která usnadňují cestování. I proto se letošní ročník rozšířil o nové kategorie, jako jsou brokerské společnosti, horkovzdušné fritézy, platební karty či letecké společnosti. Zároveň se ukazuje, že český trh se mění a reaguje na životní styl zákazníků mnohem rychleji než dříve.

ROSTOUCÍ VÝZNAM OCEŇENÍ

Z dat společnosti NielsenIQ vyplývá, že Češi se vracejí k prémiovým kategoriím a bio výrobkům, on-line prodeje rostou šestkrát rychleji než u kamenných prodejen a spotřebitelská nálada je v rámci Evropy nadprůměrně pozitivní. Data společnosti NielsenIQ dále potvrzují, že vzrostla důležitost značky „Nejdůvěryhodnější značka“ meziročně o pět procent. Logo na produktu tak lidé vnímají jako argument, který zvyšuje jejich důvěru. V praxi to znamená, že ocenění se stává nejen marketingovým symbolem, ale také rozhodovacím filtrem, který pomáhá urychlit nákup.

ZÁKAZNÍK HLEDÁ JISTOTU A VÍTEZOVÉ TO POTURZUJÍ

Mezi nově přidanými kategoriemi je patrný rychlý posun životního stylu domácností. Tefal potvrzuje rostoucí důraz na rychlou a zdravější přípravu jídla v kategorii horkovzdušných fritéz, Oral-B posiluje roli moderní prevence v péči o zdraví díky vítězství v elektrických zubních kartáčcích a značka XTB ukazuje, že investování už dávno není doménou expertů. Dominance Visa v platebních kartách je signálem, že lidé dlouhodobě preferují pohodlné a bezpečné způ-

soby placení. Smartwings zase potvrzuje návrat chuti cestovat. Zdravotně-preventivní témata se objevují i v kategorii doplňků pro podporu spánku, kde zvítězila značka Neospan. Zajímavé je, že v nových kategoriích se velmi výrazně prosazují také české značky. Jablotron v domácím zabezpečení, pánské obleky Bandi mezi výrobcí obleků nebo Vekra ve výrobcích oken a dveří dokazují, že lokální hráči mají silnou pozici zejména tam, kde zákazníci očekávají vysokou kvalitu a dlouhodobou jistotu.

ŠÍLA STÁLIC: TRADICE, KVALITA A EMOCIE

Vedle dynamických novinek se však v žebříčku objevují i stálice, které dokazují, že dlouhodobě konzistentní značka má u českého zákazníka

PROGRAM NEJDŮVĚRYHODNĚJŠÍ ZNAČKA JE OBRAZEM PROMĚNY ČESKÉHO ZÁKAZNÍKA, KTERÝ JE PRAGMATIČTĚJŠÍ, NÁROČNĚJŠÍ A ZÁROVEŇ TOUŽÍ PO ZNAČKÁCH, JIMŽ MŮŽE BEZ OBAV SŤEŽIT SVÉ ZDRAVÍ, PENÍŽE I ČAS.

stále výjimečnou hodnotu. Dermacol, Igraček, Magnesia nebo Vitana patří k těm, které si pozici drží navzdory silné globální konkurenci. Jejich příběhy nejsou jen o produktu, ale i o tradici, zvyku a emocích, které k nim lidé mají.

DYNAMIKA TRHU: POSUNY, KTERÉ STOJÍ ZA POZORNOSTÍ

V některých segmentech se však žebříčky výrazně proměnily. V kategorii privátních značek poprvé zvítězil K-Jarmark z Kauflandu. Privátní už dnes nejsou vnímány jako levnější alternativa, ale jako vhodná volba. V kategorii funkčních nápojů posiluje DrWitt, což odráží rostoucí zájem o zdravější životní styl. A v oblasti srovnávacích portálů pojištění se na první místo dostává Klik.cz – důkaz, že lidé více než kdykoliv předtím ocení transparentnost, rychlost a jednoduchost.

GALAVEČERA JAKO UVYRCHOLENÍ CELÉHO ROČNÍKU

Slavnostní vyhlášení letošních výsledků proběhlo v pražském centru Cubex a navázalo na celodenní odborný kongres pro retailery Czech

Retail Days. Centrum poskytlo moderní zázemí pro setkání stovek zástupců oceněných i nominovaných značek, retailerů a odborníků z trhu. Moderátorka Daniela Brzobohatá dokázala slavnostní večer odlehčit vtipem i energií a doprovodný kulturní program pak vytvořil z předávání Nejdůvěryhodnějších značek nezapomenutelnou událost.

LEHCE PRO RETAIL: KONZISTENCE, KVALITA A JASNÁ KOMUNIKACE

Program Nejdůvěryhodnější značka je obrazem proměny českého zákazníka, který je pragmatičtější, náročnější a zároveň touží po značkách, jimž může bez obav svěřit své zdraví, peníze i čas. Ukazuje také, že důvěra je dnes možná tím nejcennějším aktivem, které značka může mít. V době, kdy se preference rychle mění a konkurence je téměř nekonečná, to může být právě důvěra, která rozhodne o tom, kdo si příští rok udrží zákazníka – a kdo už ne. Výsledky letošního ročníku tak přináší několik jasných lekcí i pro obchodníky. Důvěra se stává základním filtrem nákupního rozhodování a značky, které ji dokážou vybudovat či posílit, získávají dlouhodobou výhodu. Pro retail to znamená potřebu konzistentní kvality, jasné a transparentní komunikace a schopnosti nabídnout zákazníkům pocit jistoty.

ZNAČKY MÍŘÍ K MILIONŮM ZÁKAZNÍKŮ

Silnou stránkou programu je už tradičně rozsáhlá mediální podpora, která vítězným značkám umožňuje zasáhnout široké publikum napříč všemi komunikačními kanály. Letos se k partnerům nově připojila multiplatforma CNN Prima News, jejíž zapojení významně posílilo viditelnost ocenění i samotných značek v televizi i on-line prostředí. Kromě televizní a on-line podpory zahrnuje mediální zásah i tisk, například časopisy mediální skupiny Mafra, dále Playboy, Gourmet, Mladý svět, Náš Region, Regionální noviny, časopis CEO a další. Promo nejdůvěryhodnějším značkám zajistí také rozhlas, outdoorové nosiče, in-store rádia v řetězcích Tesco a makro nebo obrazovky v obchodních centrech a lékárenských ordinacích. Díky tomu se logo Nejdůvěryhodnější značka pravidelně dostává k milionům zákazníků napříč celou republikou.

Jitka Hemolová



Připomeňte si atmosféru slavnostního večera v krátkém videu



ZAJÍMAVÉ MOMENTY GALAVEČERA

- Ocenění si přišli převzít zástupci 95 vítězných značek.
- V úvodu večera hosty přivítal Jeffrey Osterroth, jednatel společnosti ATOZ Marketing Services, a Lukáš Matějka, manažer marketingové skupiny.
- Celým večerem provázela moderátorka Daniela Brzobohatá.
- Skokanem roku mezi oceněnými značkami se stal DrWitt. Ocenění si převzal Zdeněk Růžek, marketingový manažer spol. MASPEX Czech s.r.o.
- Trio pěvců Národního divadla večer zpestřilo ukázkami světově známých árií.
- Závěr večera patřil zpěvačce Veronice Moudré s kapelou.
- Třemi nejsilnějšími značkami napříč celým průzkumem se staly značky: JAR v kategorii Prostředky na mytí nádobí, Urinal v kategorii Prostředky na močové ústrojí a Dr. Max v kategorii Prodejci léků. Ocenění si za tyto značky převzali Vojtěch Rous, Key Account Manager, ze spol. Procter & Gamble Czech Republic, Lenka Čmejlová, Senior Brand manager ze spol. STADA PHARMA CZ, a Michal Petrov, vedoucí komunikace, ze spol. ČESKÁ LÉKÁRNA HOLDING, a.s.
- Letošní, 11. ročník programu se konal v Cubex Centru Praha v návaznosti na celodenní kongres Czech Retail Days.
- Reportáž z akce připravil štáb CNN Prima NEWS, nový mediální partner programu.

