



## **Voľba spotrebiteľov – Najlepšia novinka už 10 rokov pomáha Slovákom pri nákupoch**

Ocenenia ako Voľba spotrebiteľov – Najlepšia novinka 2021 nemajú za cieľ uprednostňovať niektoré produkty pred druhými. Naopak, majú jednotlivým produktom pomáhať. A hlavne, sú tu pre zákazníkov. Pre ich ľahšiu orientáciu v danom segmente. Produkty, ktoré si ich dôveru zaslúžia, či už z hľadiska kvality, alebo prístupu k životnému prostrediu. Na tom všetkom záleží, čo potvrdzuje aj záujem výrobcov o jubilejný 10. ročník marketingového programu Voľba spotrebiteľov – Najlepšia novinka, ktorý prekonal svoje očakávania. O ocenenie v ňom zabojovalo rekordných 137 novinek v 45 kategóriách.

Marketingový program Voľba spotrebiteľov – Najlepšia novinka sa v rámci svojho 10. ročníka v SR a 21. ročníka v ČR teší veľkému záujmu výrobcov o registrácie novinek v oboch krajinách. A to napriek tomu, že tento rok na trhu došlo k zaujímavému paradoxu. Napriek veľkému záujmu výrobcov o program je pre pandémiu koronavírusu nových a inovatívnych produktov na trhu menej ako kedykoľvek predtým. Výrobcovia sa však nachádzajú v situácii, kedy už viac ako rok nie je možné propagovať nové výrobky na veľtrhoch, organizovať sampling na mieste predaja a podobne. To je jeden z hlavných dôvodov, prečo majú firmy záujem o podporu vo forme nezávislého spotrebiteľského ocenenia. Ako každý rok, výrobky hodnotila reprezentatívna vzorka 2000 spotrebiteľov prostredníctvom nezávislého prieskumu organizovaného výskumnou agentúrou NielsenIQ.

*„Medzi nomináciami dlhodobo rastie počet registrácií zameraných na zdravý životný štýl, napríklad mliečne dezerty s nižším obsahom cukru alebo vegánske a vegetariánske produkty. Naprieč všetkými kategóriami je oproti posledným ročníkom vidieť ešte väčší tlak na ekológiu a udržateľnosť,“* uvádza Tatiana Koššová, country manager pre Slovensko usporiadateľskej spoločnosti Atoz Marketing Services. Príkladom takejto inovácie je tohtoročný Absolútny víťaz programu Spontex Green zmetákový rad zo 100 % recyklovaných materiálov. *„Osobne mám veľkú radosť, keď vidím silný trend inovácií, ktorý je win-win pre spotrebiteľov, pre výrobcov, ale aj dlhodobo pre životné prostredie. Výrobcovia pochopili, že v prístupe k ekológii a udržateľnosti sme všetci na jednej lodi,“* dodáva Tatiana Koššová.



„Nárast jednotlivých kategórií aj noviniiek, zapojených do oceňovania, ktorý každoročne zaznamenávame, dokazuje, že spotrebitelia ho vnímajú ako pozitívny faktor, na ktorý je dôležité upozorňovať,“ uvádza Veronika Trembáčová, projektová manažérka spoločnosti Atoz Marketing Services.

„V tomto roku pribudlo 21 inovatívnych kategórií, ktoré reagujú na súčasné trendy. Ide napríklad o bezlaktózové a bezlepkové potraviny alebo viac kategórií zameraných na domácnosť, hygienu, ekológiu a zdravý životný štýl. Dlhodobé prieskumy potvrdzujú, že nezávislé ocenenie je jednou z najsilnejších motivácií k nákupu hneď za osobným odporúčaním priateľov či rodiny. Podľa aktuálneho prieskumu MNForce dve tretiny spotrebiteľov potvrdzujú väčšiu dôveru k produktom, ktoré sú ocenené v nezávislých testoch. Modré logo s „palcom hore“, doplnené farbami trikolóry, pozná k dnešnému dňu viac ako 1 200 000 slovenských zákazníkov a zo strany výrobcov záujem o jeho získanie každý rok rastie,“ poznamenáva Veronika Trembáčová.

### Čo si na novinkách ceníme?

Hodnotenie nových produktov sa uskutočnilo na základe spotrebiteľského prieskumu realizovaného na prelome mesiacov apríl a máj 2021 výskumnou spoločnosťou NielsenIQ. Respondenti hodnotili v 45 kategóriách 137 noviniiek, ktoré boli uvedené na trh v období január 2020 – máj 2021. V každej kategórii súťažili minimálne tri konkurenčné produkty a pri výbere respondentov boli zohľadnené atribúty, ako napríklad zloženie domácnosti či prítomnosť zvierata v domácnosti. Respondenti mali možnosť hodnotiť vlastnosti noviniiek, pričom z prieskumu vyplýva, že najdôležitejším znakom pri novom produkte je na prvom mieste chuť/funkčnosť, nasleduje kvalita, prekvapivo na treťom mieste je obal a značka produktov. Pre respondentov, ktorí novinku nepoznajú, je najvýznamnejším atribútom obal, nasleduje kvalita a značka.

„Napriek prebiehajúcej pandémie rastie percento nakupujúcich, ktorých môžeme označiť ako tých, čo udávajú trendy. Radi skúšajú nové veci, vyhľadávajú nové výrobky, značky, neboja sa experimentovať. Z posledného prieskumu Shopper Trends, ktorý sme realizovali v závere minulého roka, vyplýva, že je aktuálne medzi slovenskými nakupujúcimi 18 % tých, ktorí sú lační po novinkách. Oproti nakupujúcim v západnej Európe je to síce relatívne malé percento, ale trend je určite pozitívny,“ uvádza Soňa Fialová, CZ&SK CI vendor manager spoločnosti NielsenIQ.



### **Vítazov čaká väčšia mediálna podpora**

Desiaty ročník priniesol okrem stabilných podporovateľov aj nové zvučné mená mediálnych partnerov. Marketingový program Voľba spotrebiteľov – Najlepšia novinka 2021 podporí rozsiahla celoročná B2C a B2B kampaň. Reklamné kampane na podporu víťazných noviniek budú uverejnené v časopisoch vydavateľstva Mafra Slovakia Print a v predajniach nákupného reťazca Tesco. Víťazov odprezentujú aj na kongrese Samoška a počas galavečera Dôveryhodné značky 2021. Keďže sa, s ohľadom na pandemickú situáciu, nemohla uskutočniť slávnostná ceremónia, certifikáty a diplomy budú odovzdané víťazom osobne.

Namiesto zrušenej ceremónie organizátor programu Atoz Marketing Services rozšíri podporu v rámci iných marketingových aktivít. Novinkou podpory pre víťazov bude citylightová kampaň v nákupných centrách a outdoorová kampaň na podporu víťazných produktov, ktorá sa uskutoční v rámci celého Slovenska. Na spomínanú podporu nadviažu po vyhlásení víťazov pravidelné spotrebiteľské súťaže počas celého roka.

### **Ako víťazi ocenenie komunikujú**

Ocenené produkty sa najčastejšie chvália logom na obaloch a mieste predaja, v outdoor kampaniach, na online kanáloch, letákoch, v katalógoch a televízii. Po minulé roky túto možnosť využili spoločnosti ako SHP Harmanec, Tesco Stores SR, COOP Jednota Slovensko, Goral, Soare Sekt Slovakia, Vafo Praha, Freudenberg Home and Cleaning Solutions, dm drogerie markt a iné.

### **Partneri programu Voľba spotrebiteľov 2021:**

- výskumná agentúra a odborný partner: [NielsenIQ](#), [MNForce](#)
- partner programu: [Zväz obchodu SR](#)
- B2B mediálny partner: [časopis Tovar&Predaj](#)
- B2C mediálni partneri: [Dámska Jazda](#), [Startup.sk](#), [Store Media](#), [Teraz.sk](#), [Webmagazín.sk](#), [Webnoviny.sk](#), [Woman.sk](#)
- špeciálni partneri: [Email kampane](#), [Wau studio](#)

**Tlačová správa**

**Bratislava 31. 5. 2021**



Pre viac informácií kontaktujte:

Veronika Trembáčová, projektová manažérka | +421 902 819 991 [veronika.trembacova@atoz.sk](mailto:veronika.trembacova@atoz.sk)

ATOZ Marketing Services, spol. s r.o. | Holečkova 657/29 | 150 00 Praha | [www.najlepsianovinka.sk](http://www.najlepsianovinka.sk)

[www.volbaspotrebitelov.sk](http://www.volbaspotrebitelov.sk)

**Ďalšie aktuálne zaujímavosti môžete nájsť pod touto prezentáciou, na stiahnutie tu:**

<https://www.volba-spotrebitelov.sk/wp-content/uploads/2021/05/VOLBA-SPOTREBITELOV-2021.pdf>

---

Spoločnosť Atoz Marketing Services sa už od roku 1993 zaoberá B2B komunikáciou v oblasti retailu, logistiky, obalového priemyslu, farmácie a segmentu HoReCa. Zahraničné aj tuzemské prieskumy ukazujú, že pri nákupe hrá jednu z najdôležitejších rolí dôvera v značku, preto spoločnosť Atoz Marketing Services organizuje nezávislý marketingový program Dôveryhodné značky. Spoločnosť organizuje 10. ročník programu Voľba spotrebiteľov – Najlepšia novinka na Slovensku a 21. ročník v ČR.



## Príloha č. 1:

## Zoznam víťazných produktov

KATEGÓRIA	PRODUKT	SPOLOČNOSŤ
ALKOHOL	BOŠÁCKA SLIVOVICA	OLD HEROLD
AVIVÁŽE	DENKMIT VONNÉ PERLIČKY	DM DROGERIE MARKT
BALENÉ MÄSO	TESCO FINEST HOVÄDZÍ STEAK	TESCO STORES SR
BALENÉ VODY	BILLA MAGNÉZIOVÁ VODA TICHÁ	BILLA
CEREÁLIE A SUŠENÉ PLODY	TESCO ZMES ORECHOV A OVOCIA	TESCO STORES SR
CUKROVINKY	MENTOS GUM PURE FRESH WATERMELON	PERFETTI VAN MELLE SLOVAKIA
ČAJE	BERCOFF WELLNESS ČAJ ZÁZVOR	M.BER.
ČOKOLÁDY	TESCO ŠVAJČIARSKA ČOKOLÁDA	TESCO STORES SR
DÁMSKA HYGIENA	TESCO PRO FORMULA ECO	TESCO STORES SR
ENERGETICKÉ NÁPOJE	MAXX ENERGY DRINK KLASIK PET	CASTE SK
HUBKY A HANDRIČKY	VILEDA GLITZI ALWAYS CLEAN VISKÓZNA HUBKA	FREUDENBERG HOME AND CLEANING SOLUTIONS
JOGURTY	ZVOLENSKÝ JOGURT GRÉCKY TYP	ZVOLENSKÁ MLIEKAREŇ
KÁVA	FRESH CORNER KÁVA	SLOVNAFT
KONZERVOVANÉ RYBY	FRANZ JOSEF SARDINKY FILETY BEZ KOŽE A KOSTÍ V OLIVOVOM OLEJI	GORAL
KRMIVÁ A MAŠKRTY PRE PSY	BRIT MEATY JERKY PAMLSKY ZO SUŠENÉHO MÄSA	VAFO PRAHA
KRMIVÁ PRE MAČKY	BRIT CARE SUPERPRÉMIOVÉ HYPOALERGÉNNE KRMIVO PRE MAČKY S ČERSTVÝM MÄSOM A PROBIOTIKAMI	VAFO PRAHA
LAHÔDKY	PIKNIK LAHÔDKOVÉ ŠALÁTY EXKLUSIV SO ZIPSER ŠUNKOU	RYBA KOŠICE
LIMONÁDY	PEPSI MANGO	MATTONI 1873
METLY A ZMETÁKY	SPONTEX GREEN RAD ZMETÁKOV ZO 100 % RECYKLOVATEĽNÉHO MATERIÁLU	MAPA SPONTEX CE
MLIEČNE SNACKY A DEZERTY	MONTE -30 % CUKRU	ZOTT
MOPY	VILEDA 1.2 SPRAY MAX MOP BOX	FREUDENBERG HOME AND CLEANING SOLUTIONS
MRAZENÉ JEDLÁ	RYBA KOŠICE RYBY S MORSKOU SOĽOU	RYBA KOŠICE
NEALKOHOLICKÉ PIVÁ	COOL MALINA & ČUČORIEDKA	STAROPRAMEN-SLOVAKIA
OMÁČKY A OCHUCOVADLÁ	ADY CHREN KLASIK	A+Z RIŠŇOVSKÝ, HALÁSZ



OVOCNÉ, ZELENINOVÉ ŠŤAVY A FUNKČNÉ NÁPOJE	DM BIO ZÁZVOROVO-KURKUMOVÝ 7-DŇOVÝ SHOT	DM DROGERIE MARKT
PAPIEROVÝ PROGRAM	TENTO TOALETNÝ PAPIER 3-VRSTVOVÝ	METSÄ TISSUE SLOVAKIA
PÍSACIE A KREATÍVNE POTREBY	FÚKACIE FIXY AIRPENS METALLIC	CENTROPEN
PLEŤOVÁ KOZMETIKA	BALEA PLEŤOVÉ SÉRUM S VITAMÍNOM C	DM DROGERIE MARKT
POLOTOVARY NA VARENIE	TESCO GRILL MASTER MÄSO	TESCO STORES SR
POTREBY PRE DOMÁCNOSŤ A HYGIENU	VELVET TURBO EXTRA STRONG – PAPIEROVÁ UTIERKA	MORACELL
SALÁMY A ÚDENINY	ZIPSER SALÁMA	TAURIS
SIRUPY	ŠŤAVA FARMÁRIK	FARMÁRIK
SLADKÉ PEČIVO	TESCO SLADKÉ PEČIVO	TESCO STORES SR
SLANÉ PEČIVO	TESCO SLANÉ PEČIVO	TESCO STORES SR
SLANÉ POCHUTINY	DUPETKY PEČENÉ & PARADAJKA – BYLINKY	PERFETTI VAN MELLE SLOVAKIA
SYRY	COOP NITE SYROVÉ MAMIČKINE DOBROTÝ	COOP JEDNOTA SLOVENSKO
ŠPECIÁLNE POTRAVINY	FREE MLIIEKO BEZLAKTÓZOVÉ	BILLA
ŠUMIVÉ VÍNNE NÁPOJE	MOSCATO DE LUXE	SOARE SEKT SLOVAKIA
ŠUNKY	TESCO FINEST ŠUNKA	TESCO STORES SR
TEKUTÉ MYDLÁ A ANTIBAKTERIÁLNE GÉLY	INDULONA TEKUTÉ MYDLÁ A INDULONA ANTIBAKTERIÁLNE GÉLY NA RUKY	SARANTIS SLOVAKIA
TUNIAKY	ŽLTOPLUTVÝ TUNIAK FILETY V OLEJI SOKRA	BALTAXIA
VEGETARIÁNSKE A VEGÁNSKE PRODUKTY	FERMENTOVANÉ PROBIOTICKÉ BIO VÝROBKY WILD & COCO	WILD & COCO
VÍNA	SLOVENSKÉ VINICE	ST. NICOLAUS – TRADE
VLASOVÁ KOZMETIKA	COOP ŠAMPÓN ŽIHLAVOVÝ BIOVA	COOP JEDNOTA SLOVENSKO
ZMRZLINY	TESCO ZMRZLINA V KORNÚTKU	TESCO STORES SR