

# PALEC NAHORU PRO CHYTRÝ NÁKUP!



Chcete vědět, které  
produktové novinky  
si oblíbili čeští spotřebitelé?



Nahlédněte do přílohy programu  
Volba spotřebitelů – Nejlepší novinka 2025.



# PŘEDSTAVUJEME VÍTĚZE ROČNÍKU 2025

Novinky, které se v regále neztratí!  
Dejte zákazníkům přesně to, co hledají.

[www.volbaspotrebitealu.cz](http://www.volbaspotrebitealu.cz)

<p><b>ALKOHOL</b></p> <p>BEEFEATER GRAPEFRUIT PERNOD RICARD CZECH REPUBLIC</p>	<p><b>ALKOHOL MÍCHANÉ DRINKY</b></p> <p>MÍCHANÉ DRINKY JAKO OD BARMANA STOCK PLZEN BOŽKOV</p>	<p><b>ALTERNATIVNÍ STRAVA</b></p> <p>ZOTT HUNGRY? DRINK THIS! ZOTT</p>	<p><b>AUTOKOSMETIKA</b></p> <p>SHERON SHINY RIDE DF PARTNER</p>	<p><b>AVIVÁŽE</b></p> <p>COCOILINO PARFÉM NA PRÁNÍ UNILEVER ČR</p>	<p><b>BEZPEKOVÉ POTRAVINY</b></p> <p>MATCHA MUFFINY BEZ LEPKU LABETA</p>	<p><b>CERÉALNÍ TYČINKY</b></p> <p>K-CLASSIC MÜSLI TYČINKY KAUFLAND ČESKÁ REPUBLIKA</p>	<p><b>ČISTIČÍ PROSTŘEDKY</b></p> <p>DENKMIT OŠETŘUJÍCÍ SPREJ NA NÁBYTEK DM DROGERIE MARKT</p>	<p><b>ČOKOLÁDOVÉ CUKROVINKY</b></p> <p>KITKAT TABULKY NESTLÉ ČESKO</p>	<p><b>DÁMSKÁ HYGIENA</b></p> <p>PRODUKTOVÁ ŘADA BELLA FOR TEENS TZMO CZECH REPUBLIC</p>		
<p><b>DĚTSKÉ NÁPOJE</b></p> <p>#YES MATTONI 1873</p>	<p><b>DĚTSKÉ PŘÍKRMY</b></p> <p>BABYDREAM BIO PŘÍKRMY ROSSMANN</p>	<p><b>DOPLŇKÉ STRAVY</b></p> <p>HEPACTUM FORTE NATURAMED PHARMACEUTICALS</p>	<p><b>EKOLOGICKÉ AVIVÁŽE</b></p> <p>FEELECO AVIVÁŽ RELAX FOSFA</p>	<p><b>EKOLOGICKÉ ČISTIČÍ PROSTŘEDKY</b></p> <p>SIDOLUX ECO LAKMA</p>	<p><b>EKOLOGICKÉ PROSTŘEDKY NA MYTÍ NÁDOBÍ</b></p> <p>FEELECO PROSTŘEDEK NA NÁDOBÍ FOSFA</p>	<p><b>EKOLOGICKÉ PROSTŘEDKY NA PRÁNÍ</b></p> <p>FEELECO PRACÍ GEL FRESH FOSFA</p>	<p><b>ENERGETICKÉ NÁPOJE</b></p> <p>ENERGETICKÉ NÁPOJE BOHEMSCA SNOWBALL</p>	<p><b>HOUBÍČKY A HADRÍČKY</b></p> <p>HADŘÍK Z MIKROVLÁKNA SPONTEX WINDOW RECYCLED MAPA SPONTEX CE</p>	<p><b>INSTANTNÍ JÍDLA</b></p> <p>ŘADA VÝROBKŮ - CHUTĚ SVĚTA ORKLA FOODS ČESKO A SLOVENSKO</p>		
<p><b>JOGURTOVÉ NÁPOJE</b></p> <p>ACTIMEL TRIPLE ACTION DANONE</p>	<p><b>KRMIVA PRO KOČKY</b></p> <p>GOURMET REVELATIONS JEMNÉ KOUSKY S LOSOSEM V ŽELÉ NESTLÉ ČESKO</p>	<p><b>KRMIVA PRO PSY</b></p> <p>BRIT CARE MINI RAW DELIGHTS VAFO PRAHA</p>	<p><b>KUCHYŇSKÉ POTŘEBY</b></p> <p>SIGURO SADA DŮZ NA POTRAVINY VIEWSTASH ALZA.CZ</p>	<p><b>MINERÁLNÍ OCHUCENÉ VODY</b></p> <p>MATTONI ESENCE MANGO MATTONI 1873</p>	<p><b>MLÉČNÉ DEZERTY</b></p> <p>MRŮZ TVAROHOVÝ DEZERT JAHODOVÝ SAVENCIA FROMAGE &amp; DAIRY CZECH REPUBLIC</p>	<p><b>MOPY</b></p> <p>MOP SPONTEX FULL ACTION CORNER SYSTEM MAPA SPONTEX CE</p>	<p><b>MOUKY</b></p> <p>MOUKA NA PÍSKOTOVÉ TĚSTO BABIČINA VOLBA GOODMILLS ČESKO</p>	<p><b>MRAŽENÉ PIZZY</b></p> <p>TESCO FINEST MRAŽENÁ PIZZA TESCO STORES ČR</p>	<p><b>MRAŽENÉ RYBÍ PRODUKTY</b></p> <p>RYBÍ PRSTY FROSTA FROSTA ČR</p>		
<p><b>OČNÍ PÉČE</b></p> <p>BALEA BEAUTY EXPERT OČNÍ BOOSTER DM DROGERIE MARKT</p>	<p><b>OŘECHY A SUCHÉ PLODY</b></p> <p>NICE BITES OŘECHY V ČOKOLÁDĚ BILLA</p>	<p><b>OVOCNÉ NÁPOJE</b></p> <p>OVOCNÉ NÁPOJE RIO ALOE VERA A RIO NATA DE COCO MCCARTER</p>	<p><b>OVOCNÉ SNACKY</b></p> <p>ŠNEK BOB OVOCNÉ ROLKY RODINNÉ BALENÍ ATI DELICATES</p>	<p><b>PAMLSKY PRO PSY</b></p> <p>BRIT PREMIUM BY NATURE HAPPY SNACKS VAFO PRAHA</p>	<p><b>PAŠTIKY</b></p> <p>KRAJANKA PAŠTIKY A POMAZÁNKY ALIMPEX FOOD</p>	<p><b>PEČIVO</b></p> <p>CHLEBY DOPEČ SI MĚ! PENAM</p>	<p><b>PIVNÍ NÁPOJE</b></p> <p>NEALKOHOLICKÉ BEER MIXY COOL+ PIVOVARY STAROPRAMEN</p>	<p><b>PIVO</b></p> <p>GUINNESS 0.0 PIVOVARY STAROPRAMEN</p>	<p><b>PRACÍ PROSTŘEDKY</b></p> <p>WOOLITE KERATIN THERAPY NA BAREVNÉ PŘÁDLO FRUITY RECKITT BENCKISER</p>		
<p><b>PRACHOVKY</b></p> <p>LEIFHEIT PRACHOVKA SUPERDUSTER LEIFHEIT CZ</p>	<p><b>PROTEINOVÉ TYČINKY</b></p> <p>DENUTS PROTEIN NUTREND D.S.</p>	<p><b>PŘÍRODNÍ PLEŤOVÁ KOSMETIKA</b></p> <p>KAUFLAND BEVOLA NATURALS PŘÍRODNÍ PLEŤOVÁ KOSMETIKA KAUFLAND ČESKÁ REPUBLIKA</p>	<p><b>RYBÍ SPECIALITY</b></p> <p>TUŇÁKOVÉ SALÁTY FRANZ JOSEF KAISER GASTON</p>	<p><b>RÝŽE A LUŠTĚNINY</b></p> <p>ORGANIS JASMÍNOVÁ RÝŽE BÍLÁ ALLNATURE</p>	<p><b>SALÁTY A ZDRAVÉ SVAČINY</b></p> <p>BILLA READY SALÁTY A ZDRAVÉ SVAČINY BILLA</p>	<p><b>SLADKÉ PEČIVO</b></p> <p>DINOO PENAM</p>	<p><b>SPRCHOVÁ KOSMETIKA</b></p> <p>ISANA SPRCHOVÉ GELY ROSSMANN</p>	<p><b>SUCHARY A PUFVANÉ VÝROBKY</b></p> <p>BIO ŘEMESLNÉ SUCHARY PEK GROUP</p>	<p><b>SUŠÁKY NA PŘÁDLO</b></p> <p>VILEDA INFINITY FLEX SUŠÁK NA PŘÁDLO ČERNÝ 30M FREUDENBERG HOME AND CLEANING SOLUTIONS</p>		
<p><b>SUŠENKY</b></p> <p>KRÁLOVSKÁ CHUŤ SUŠENKY VE TVARU ZVÍŘÁTEK PERNIK</p>	<p><b>ŠUNKA</b></p> <p>ŠUNKA NA ROHLÍK LIDL ČESKÁ REPUBLIKA</p>	<p><b>TABLETY DO MYČKY</b></p> <p>DOMOL TABLETY DO MYČKY EXTRA POWER ALL IN ONE ROSSMANN</p>	<p><b>TĚSTOVINY</b></p> <p>K-JARMARK TĚSTOVINY VAJEČNÉ KAUFLAND ČESKÁ REPUBLIKA</p>	<p><b>TOALETNÍ PAPIRY</b></p> <p>TOALETNÍ PAPIR HARMONY 4-8 COMPACT ROLL SHP HARMANEC</p>	<p><b>ÚKLIDOVÉ POMŮCKY</b></p> <p>VILEDA SAFE HANDS FREUDENBERG HOME AND CLEANING SOLUTIONS</p>	<p><b>VEGETARIÁNSKÉ POTRAVINY</b></p> <p>GARDEN GOURMET VEGETARIÁNSKÝ SPĚNÁTOVO-SÝROVÝ RÍZEK NESTLÉ ČESKO</p>	<p><b>VITAMINY A MINERÁLY</b></p> <p>MAXI VITA VAŠE ZDRAVÍ - ŠUMIVÉ VITAMINY S VLÁKNINOU VITAR</p>	<p><b>VLASOVÁ KOSMETIKA</b></p> <p>DIXI KOPŘIVA - KOFEIN ŠAMPON HERBA DRUG</p>	<p><b>VLHČENÉ TOALETNÍ PAPIRY A UBRUSKY</b></p> <p>ZEWA VLHČENÝ TOALETNÍ PAPIR ESSITY CZECH REPUBLIC</p>		
<p><b>VODY FUNKČNÍ A VITAMINOVÉ</b></p> <p>HANÁČKÁ KYSELKA KOLAGEN A HANÁČKÁ KYSELKA PAMĚŤ MATTONI 1873</p>	<p><b>WC HYGIENA</b></p> <p>DOMESTOS POWER FOAM UNILEVER ČR</p>	<p><b>ZMRZLINY</b></p> <p>NANUKY A ZMRZLINY PINKO PINKO</p>	<p><b>ZUBNÍ PASTY</b></p> <p>LYSS OCHUCENÁ ZUBNÍ PASTA LYSS</p>	<p><b>ŽEHLIČ PRKNA</b></p> <p>VILEDA DIAMOND S ŽEHLIČ PRKNO FREUDENBERG HOME AND CLEANING SOLUTIONS</p>	<p><b>ŽYVAČKY</b></p> <p>CHUPA CHUPS MAGIC CUBES PERFETTI VAN MELLE CZECH REPUBLIC</p>	<p><b>25. ročník programu, 201 společností, 256 nominovaných výrobků, 66 vítězů zvolených reprezentativním vzorkem 4 000 Čechů</b></p>					

ORGANIZÁTOR:

Atozmarketing

PARTNEŘI AKCE:



VÝZKUMNÁ AGENTURA:

NIQ

PARTNER E-MAILOVÉ KOMUNIKACE:



PARTNER TŘÍDĚNÍ:

EKO KOM

NNO PARTNER:



B2B MEDIÁLNÍ PARTNEŘI:



B2C MEDIÁLNÍ PARTNEŘI:



## Reportáž

# PALEC NAHORU V NOVÉM KABÁTĚ: VOLBA SPOTŘEBITELŮ PŘEDSTAVUJE NOVÉ LOGO

**Marketingový program Volba spotřebitelů letos oslavil čtvrtstoletí inspirace pro zákazníky i značky. Na slavnostním galavečeru v Empire Hall pražského Slovanského domu zazářily vítězné produktové novinky, které si získaly přízeň a srdce více než 4 000 českých spotřebitelů. Jubilejní ročník přinesl nejen nové vítěze, ale i modernizovaný vizuální styl a jasné signály o vývoji rychloobrátkového trhu v Česku.**

Jitka Hemolová, jitka.hemolova@atoz.cz



Zástupci vítězných firem si převzali ocenění v průběhu galavečera.

**V**yhlášení výsledků Volby spotřebitelů 2025 se zúčastnily stovky zástupců předních firem českého retailu a FMCG sektoru – od maloobchodních řetězců přes výrobce až po distributory. Nechyběli zástupci značek, které utvářejí podobu nabídky na českém trhu, jako jsou Nestlé, Mattoni 1873, Unilever, Kaufland, Rossmann, Pivovary Staropramen, Zott, Savencia, Lidl nebo Billa. Slavnostní večer, kterým provázal oblíbený moderátor Rey Koranteng, tak nebyl jen oslavou vítězných produktů, ale i důležitou networkingovou platformou pro celý obor.

## Spotřebitelé rozhodují podle zkušenosti, funkčnosti i obalu

Základem ocenění Volba spotřebitelů je rozsáhlý průzkum, který letos opět realizovala společnost NielsenIQ prostřednictvím Talk Online Panelu mezi 4 000 českými spotřebiteli. Ti hodnotili celkem 256 produktů v 66 kategoriích – a to nejen podle toho, zda je znají a kupují, ale i podle konkrétních parametrů, jako jsou chuť, funkční vlastnosti, vnímaná kvalita a obal.

Výsledky ukazují, že pokud spotřebitel produkt zná, rozhoduje se primárně podle chuti a funkčnosti, následně podle kvality a až poté podle obalu. Pokud je však produkt neznámý, tedy je na trhu novinkou, význam obalu výrazně roste a stává se nejdůležitějším faktorem při rozhodování o koupi. V tomto kontextu hrají důležitou roli i známky kvality a ocenění, které mohou důvěru spotřebitele výrazně posílit. „Z průzkumu vyplývá, že povědomí o marketingovém programu Volba spotřebitelů stále roste – a s ním i jeho vliv na nákupní rozhodování. Pro značky to znamená nejen prestiž, ale i reálný dopad na prodej,“ říká Romana Duníková, customer success director společnosti NielsenIQ. Program Volba spotřebitelů tak pomáhá zákazníkům objevovat inspirativní novinky a značkám poskytuje cennou zpětnou vazbu.

## Volba spotřebitelů má novou tvář

Jubilejní ročník přinesl nejen nové vítěze, ale i modernizovaný vizuální styl. Do dalšího čtvrtstoletí tedy vstupuje s výraznou proměnou, která přináší moderní vzhled, čistotu grafiky a jasnost. „Chtěli jsme, aby nové logo působilo moderněji, přívětivěji a lépe odpovídalo současným očekáváním spotřebitelů. Zároveň jsme ale zachovali to nejdůležitější – charakter a důvěryhodnost značky Volba spotřebitelů,“ vysvětluje Lukáš Matějka, manažer marketingové skupiny pořádací společnosti. „Design ruky jsme upravili

li tak, aby působil méně technicky a více lidsky – to posiluje emocionální vnímání loga. Ruka se navíc stala novým komunikačním prvkem, který spotřebitele provází i přímo v prodejně. Slogan Palec nahoru pro chytrý nákup pak vystihuje hlavní cíl programu – pomocí zákazníkům rychle a s jistotou najít ověřené novinky.“ Proměnou prošla i barevnost loga. Právě jednodušší barvy pomohou firmám lépe využít loga například na promočních in-store materiálech.

## Trendy, které hýbou regály

Z výsledků letošního ročníku je patrné, že spotřebitelé stále více hledají funkční hodnotu, ekologii a praktičnost. Velký zájem vzbudily například proteinové tyčinky, funkční a vitaminové vody, ale i ekologické prostředky do domácnosti. Zaujala i kreativní novinka Šunka na rohlík, která svým tvarem přesně kopíruje pečivo, nebo toaletní papír Harmony 4=8, který nabízí dvojnásobný ob-

**Výsledky ukazují, že pokud spotřebitel produkt zná, rozhoduje se primárně podle chuti a funkčnosti, následně podle kvality a až poté podle obalu.**

sah oproti běžné ruličce.

Z českých firem se výrazně prosadila například Lakma Česká republika s ekologickou řadou Sidolux, obsahující minimálně 96 % přírodních látek, nebo Spontex s inovovaným hadříkem z mikrovlákna, který čistí okna beze šmouh i bez použití čisticích prostředků. Zajímavostí je i ocenění pro nealkoholické pivo Guinness 0.0 od Pivovarů Staropramen, které zaujalo nejen nulovým obsahem alkoholu, ale i použitím dusku pro vytvoření husté pěny – podobné té, kterou známe z čepovaného piva.

## Privátní značky potvrzují svou sílu

Výsledky letošního ročníku také ukazují, že privátní značky obchodních řetězců už dávno nejsou jen levnější alternativou. Naopak – stále častěji přicházejí s inovacemi, které oslovují spotřebitele kvalitou, praktičností i designem. Mezi oceněnými produkty se objevily například Tesco Finest mražená pizza, K-Classic müsli tyčinky a Bevola Naturals kosmetika od Kauflandu, Domol tablety do myčky a Isana sprchové gely z portfolia Rossmannu nebo Šunka na rohlík z nabídky Lidlu. A právě tyto značky jsou důkazem, že privátní dnes aktivně formují nabídku na trhu a hrají důležitou roli v rozhodování zákazníků.

„Ocenění od zákazníků je ta nejlepší zpětná vazba, kterou nám mohou dát. Zvítězili jsme s našimi privátními značkami v silně konkurenčním segmentu, což nás těší, protože to znamená, že značky jsou kvalitní a dokážou směle konkurovat i velkým značkám,“ říká Jiří Peroutka, manažer komunikace sítě dm drogerie markt. Společnost si odnesla hned dvě vítězství v kategorii čisticích prostředků a oční péče, kde porazila největší značky v segmentu.

## Ocenění pomáhá budovat důvěru a je impulsem pro nákup

Češi jsou otevření novinkám. Podle průzkumu výše zmíněné společnosti NielsenIQ 71 % spotřebitelů občas při nákupu vyzkouší nový produkt a 15 % je aktivně vyhledává. Právě v tomto kontextu hraje nezávislé spotřebitelské ocenění, jako je Volba spotřebitelů, klíčovou roli. Je totiž druhou nejsilnější motivací k nákupu, hned po doporučení od přátel či rodiny, a má několikanásobně větší vliv než reklama nebo doporučení na sociálních sítích. Navíc 84 % lidí přiznává větší důvěru k produktům, které uspěly právě v nezávislém testu. Společnost Fosfa získala v letošní Volbě spotřebitele rovnou tři ocenění za aviváž, prací gel a prostředek na nádobí značky FeelEco. „Zákazníci logo ocenění Volby spotřebitelů vnímají a pro nás je to dobrý způsob podpory prodeje,“ vysvětluje Radek Marták, ředitel výzkumu a vývoje značky FeelEco. Souhlasí s ním i Ivana Vovesná, brand manažerka společnosti ATI Delicates, která získala ocenění za rodinné balení ovocné pochoutky Šnek Bob: „S oceněním chceme v rámci marketingu pracovat a využít ho na maximum, protože je to velmi pozitivně vnímané logo mezi spotřebiteli.“

Ocenění je prestižní a silný marketingový nástroj. Označení „Vítěz Volby spotřebitelů“ je pro značky nejen prestižní, ale i marketingově silný nástroj. Logo programu se objevuje v televizních spotech, tisku, rádiu, online kampaních i na sociálních sítích. Významnou roli hraje také in-store podpora v prodejnách Tesco a Makro, kde zákazníci přímo u regálu narazí na označení doporučených produktů. Kampaň doplňuje outdoorová reklama a videoobsah na YouTube, čímž je zajištěna vysoká informovanost napříč cílovými skupinami. Novými mediálními partnery programu jsou například AkčníCeny.cz, Noviny kraje nebo Babinet.cz, které doplňují široké portfolio stávajících médií (Frekvence 1, Evropa 2, Gourmet a další). Mediální partneři pomáhají přenést informace o vítězných novinkách přímo k zákazníkům. Volba spotřebitelů je dnes už více než jen soutěž. Je to platforma pro komunikaci mezi značkami a spotřebiteli, která jim pomáhá orientovat se v záplavě novinek a zároveň dává výrobcům zpětnou vazbu o tom, co skutečně funguje. V době, kdy je trh přesytený a pozornost zákazníků roztržena, je takové označení pro zákazníky jasným vodítkem a silným argumentem pro nákup.

Připomene si atmosféru slavnostního večera v aftermovie



# 71%

spotřebitelů občas při nákupu vyzkouší nový produkt.

Zdroj: NIQ, 2025

# Fotoreportáž

Zástupci předních českých i nadnárodních společností z oblasti FMCG se setkali 12. 6. 2025 na slavnostním galavečeru programu Volba spotřebitelů – Nejlepší novinka 2025 v Empire Hall, ve Slovanském domě v Praze. Během večera byly vyhlášeny nejlepší produktové novinky tohoto ročníku. Účastníky čekal i bohatý program a na závěr příjemná VIP networkingová party.



Večer zahájil moderátor Rey Koranteng společně s jednatelem společnosti Atoz Jeffreyem Osterthomem.



Manažer marketingové skupiny Lukáš Matějka představil nové logo programu a modernizovanou vizualitu.



Prestížní ocenění získalo 66 produktových novinek. Zástupci všech vítězů se sešli společně na pódiu.



S energickým adrenalinovým představením vystoupili akrobaté Slackshow.



Metodiku celého průzkumu nastínila Romana Duniková z výzkumné agentury NielsenIQ.



Slavnostního večera v prostorách Empire Hall ve Slovanském domě se zúčastnily téměř tři stovky zástupců vítězných firem.



Na závěr večera zahrál i písničkář a busker Jakub Ondra.



Po vyhlášení všech vítězných novinek následoval večerní program s bohatým raulem...



... a networkingem, během kterého účastníci načerpali inspiraci i kontakty.



Neoficiální částí se tradičně účastnil i moderátor večera.



Netradiční program byl připraven i na stáncích partnerů večera. Společnost Growyo zaujala AI fotokoutkem.



Společnost Lidl zvítězila u spotřebitelů se svou novinkou Šunka na rohlík, u které ocenili především praktičnost a chuť.

# Zúročte své vítězství!

Spotřebitelé vám věří, vytěžte z toho maximum: Odišete se od konkurence a využijte logo ve své marketingové komunikaci. Inspirujte se vítězi minulého ročníku!

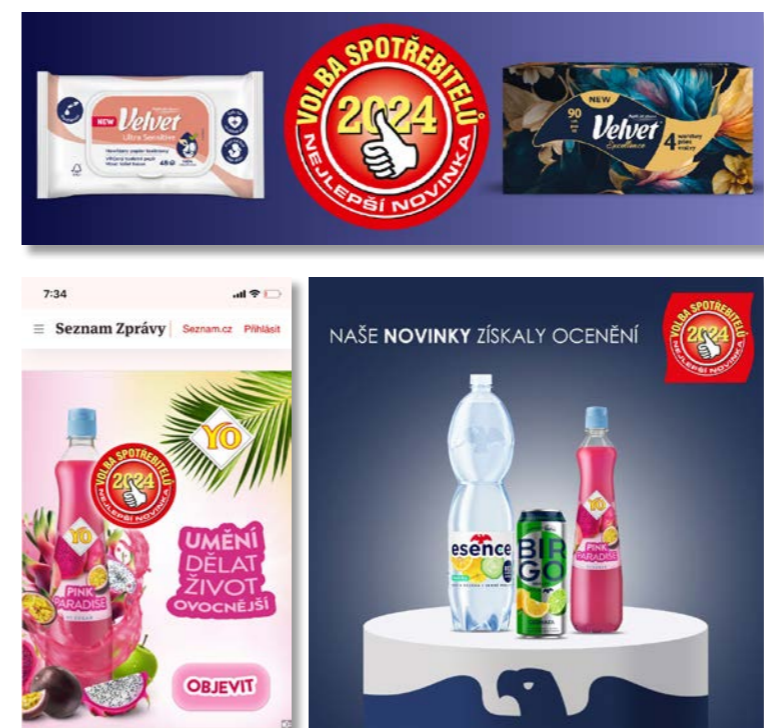
## KOMUNIKUJTE LOGO V RÁMCI LETÁKŮ A V TIŠTĚNÉ INZERCI



## DEJTE LOGO NA OBAL SVÉHO VÝROBKU



## VYUŽIJTE LOGO V ON-LINE KOMUNIKACI



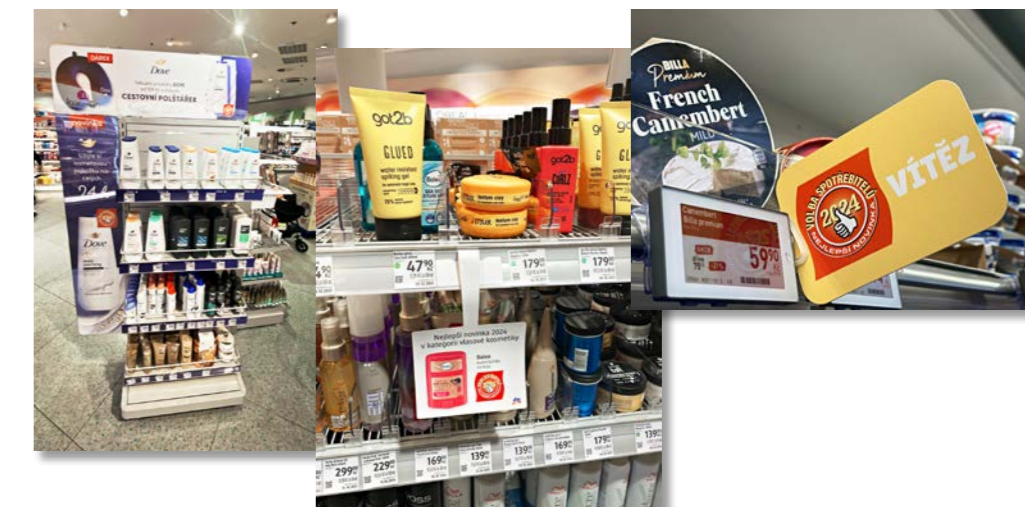
## PUSŤTE LOGO TAKÉ DO TELEVIZE



## LOGO NA OUTDOOROVÉ REKLAMĚ



## LOGO MEZI REGÁLY PRODEJEN





# VÍTĚZ

PALEC NAHORU  
PRO CHYTRÝ NÁKUP

ZVOLENÝ SPOTŘEBITELI V KATEGORII

SUCHARY A PUFOVANÉ VÝROBKY

**BIO ŘEMESLNÉ SUCHARY JSOU LEHKÉ, KŘUPAVÉ,  
VHODNÉ KE SNÍDANI NEBO JAKO LEHKÁ SVAČINKA.**

**JSME VOLBA SPOTŘEBITELŮ!**

**BIO suchary  
chutné, ručně  
dělané.**

**NAŠE PEKÁRNA**

**BIO Řemeslný SUCHAR**

špaldový s jablečnou příchutí se skořicí

sladký

špaldový

bylinkový

**PEK GROUP**

e-shop

Vítěz byl zvolen reprezentativním vzorkem 4 000 českých respondentů. Průzkum uskutečnila agentura NielsenIQ.



# VÍTĚZ

PALEC NAHORU  
PRO CHYTRÝ NÁKUP

ZVOLENÝ SPOTŘEBITELI V KATEGORII

PIVO

**„ALL THE TASTE NONE OF THE ALCOHOL“.  
VYZKOUŠEJTE NOVÝ GUINNESS 0.0.**



Vítěz byl zvolen reprezentativním vzorkem 4 000 českých respondentů. Průzkum uskutečnila agentura NielsenIQ.



# VÍTĚZ

PALEC NAHORU  
PRO CHYTRÝ NÁKUP

ZVOLENÝ SPOTŘEBITELI V KATEGORII

EKOLOGICKÉ AVIVÁŽE

## PRO VAŠI CITLIVOU A ZDRAVOU POKOŽKU



# VÍTĚZ

PALEC NAHORU  
PRO CHYTRÝ NÁKUP

ZVOLENÝ SPOTŘEBITELI V KATEGORII

EKOLOGICKÉ PROSTŘEDKY NA MYTÍ NÁDOBÍ

## PRO VAŠI CITLIVOU A ZDRAVOU POKOŽKU

# FeelEco

NATURAL CARE



## AVIVÁŽ RELAX

Avivážní prostředek, který prádlo provoní příjemnou relaxační vůní, změkčí jej, odstraní nepříjemnou statickou elektřinu a bude se tak snadněji žehlit.

Vítěz Volby spotřebitelů 2025  
v kategorii **Ekologické aviváže**

- Dermatologicky testováno, vhodné pro citlivou pokožku
- Příjemná zklidňující vůně
- Nižší dávkování než je běžné
- Neobsahuje barviva
- 97% podíl přírodního původu
- Antistatický efekt, změkčuje prádlo, usnadňuje žehlení



FeelEco jsme vyvinuli v souladu s přírodou pro naše děti a zdravý domov.

FeelEco jsou výjimečné přírodní produkty na přírodní bázi, s vysokou účinností, dermatologicky testované, snadno biologicky rozložitelné, bez zdraví škodlivých konzervantů a parfémů, vyvinuté i vyrobené bez testů na zvířatech a v plně recyklovatelných obalech.

# FeelEco

NATURAL CARE



## PROSTŘEDKY NA NÁDOBÍ S VŮNÍ CITRON A ALOE VERA

Vysoce účinné prostředky na ruční mytí nádobí a k mytí ovoce a zeleniny. Jsou velmi šetrné k pokožce vašich rukou. Mají zvláčňující vliv na vaši pokožku.

- Díky pH 5,5 nedráždí a nevysušují pokožku
- Dermatologicky testováno
- 98% podíl přírodního původu
- Účinné při odstraňování vosku, špíny, prachu, postřiků a konzervantů z ovoce a zeleniny



Vítězové Volby spotřebitelů 2025  
v kategorii **Ekologické  
prostředky na mytí nádobí**

FeelEco jsme vyvinuli v souladu s přírodou pro naše děti a zdravý domov.

FeelEco jsou výjimečné přírodní produkty na přírodní bázi, s vysokou účinností, dermatologicky testované, snadno biologicky rozložitelné, bez zdraví škodlivých konzervantů a parfémů, vyvinuté i vyrobené bez testů na zvířatech a v plně recyklovatelných obalech.



# VÍTĚZ

PALEC NAHORU  
PRO CHYTRÝ NÁKUP

ZVOLENÝ SPOTŘEBITELI V KATEGORII

EKOLOGICKÉ PROSTŘEDKY NA PRANÍ

## PRO VAŠI CITLIVOU A ZDRAVOU POKOŽKU

# FeelEco

NATURAL CARE



## PRACÍ GEL FRESH



Prací gel na světlé, barevné i černé prádlo. Vysoký obsah enzymů a unikátní složení pomáhá odstranit špínu již od nízkých teplot praní a zároveň pečuje o vlákna prádla, které bude vypadat déle jako nové. Nedráždí a nevysušuje kůži a je vhodný pro osoby s citlivou pokožkou.

Vítěz Volby spotřebitelů 2025  
v kategorii **Ekologické  
prostředky na praní**

- Dermatologicky testováno, vhodné pro citlivou pokožku
- Vhodný i na praní funkčního a sportovního prádla
- 97% podíl přírodního původu



**FeelEco jsme vyvinuli v souladu s přírodou pro naše děti a zdravý domov.**

FeelEco jsou výjimečné přírodní produkty na přírodní bázi, s vysokou účinností, dermatologicky testované, snadno biologicky rozložitelné, bez zdraví škodlivých konzervantů a parfémů, vyvinuté i vyrobené bez testů na zvířatech a v plně recyklovatelných obalech.

Vítěz byl zvolen reprezentativním vzorkem 4 000 českých respondentů. Průzkum uskutečnila agentura NielsenIQ.



# VÍTĚZ

PALEC NAHORU  
PRO CHYTRÝ NÁKUP

ZVOLENÝ SPOTŘEBITELI V KATEGORII

EKOLOGICKÉ ČISTICÍ PROSTŘEDKY



## Ekologie, která funguje.

Oceněná řada Sidolux Eco s certifikací Ecolabel nabízí 96 % přírodních složek, koncentrovanou účinnost a vůni ranní rosy – kompletní řešení pro každou domácnost.



Vítěz byl zvolen reprezentativním vzorkem 4 000 českých respondentů. Průzkum uskutečnila agentura NielsenIQ.



# VÍTĚZ

PALEC NAHORU  
PRO CHYTRÝ NÁKUP

ZVOLENÝ SPOTŘEBITELI V KATEGORII

VLASOVÁ KOSMETIKA

## DIXI ŠAMPON KOPŘIVA KOFEIN PRO SILNÉ VLASY

### SILNÁ DVOJKA PRO SILNÉ VLASY



**ENERGIE**

**Dixi**

