

Tisková zpráva

Češi jsou nejvíce hrdí na značku Čedok

23. listopadu 2017

Andrea Patočková
Marcom
+420 296 555 422
andrea.patockova@gfk.com

Praha, 23. listopadu 2017 – GfK ve spolupráci se sdružením CZECH TOP 100 uskutečnilo začátkem listopadu 2017 již druhý ročník reprezentativní studie na online české populaci ve věku 18 - 70 let. Výzkum Česká značka zjišťuje, která z českých značek se svým nezaměnitelným způsobem nejvíce zapsala do paměti národa, které české značky považují Češi za tradiční a na které jsou nejvíce hrdí. Podle nejnovějších výsledků GfK se nejsilněji do naší paměti zapsala značka Kofola. V kategorii nejvíce tradiční česká značka zvítězila Tatra. Značkou, na kterou jsou Češi nevíce hrdí, je Čedok.

Společnost GfK a sdružení CzechTOP100 již podruhé společně představují projekt Česká značka. Výzkum, týkající se českých značek, se uskutečnil letos v listopadu na online populaci 18 -70 let věku. Letošní předání cen vítězům proběhlo v rezidenci primátorky hlavního města Prahy na Mariánském náměstí.

Která česká značka v roce 2017 zaujala nejvíce?

Dotazovali jsme se Čechů, která z českých značek, nebo společností je v posledních 12 měsících zaujala nejvíce, tedy vstúpila se jim do paměti nezaměnitelným způsobem (hezká reklama, mimořádný výrobek, služba, nebo charitativní počín). Lidé ve výzkumu nejčastěji za rok 2017 zmiňovali značku Kofola. Na druhém místě se umístila značka Škoda, třetí příčku obsadila společnost AirBank. První pětici uzavírá T-mobile a Plzeňský Prazdroj.

Tradiční české značky roku 2017

Na otázku, které z českých společností, nebo značek považují lidé za nejvíce tradiční, odpovídalo nejvíce lidí ve prospěch značky Tatra. Druhé místo patří značce České dráhy a na třetím místě se umístil Čedok. Pětici nejlepších tradičních českých značek uzavírají značky Madeta a HAMÉ.

Na kterou značku jsou Češi v roce 2017 nejvíce hrdí?

Z výzkumu GfK vyplynulo, že lidé jsou v roce 2017 nejvíce hrdí na značku Čedok. Na druhém místě se umístila společnost České dráhy a bronzová medaile patří Bohemia Sektu.

„Těší nás, že opět po roce můžeme navázat na úspěšný projekt Česká značka, který reflektuje vzrůstající oblibu právě českých značek, opečovává českost, podporuje a přispívá k rozvoji českého hospodářství, průmyslu a českých firem, a to nejen v Česku, ale i v zahraničí,“ říká Lenka Harmon, Sector Leader Consumer Goods v GfK.

GfK Czech, s.r.o.
KAVČÍ HORY OFFICE PARK
Na Hřebenech II 1718/10
140 00 Praha 4
Česká republika

Tel. +420 296 555 111
Fax +420 251 815 800

Vedení společnosti
Jednatel:
RNDr. Tomáš Drtina
Prokuristé:
RNDr. Zdeněk Skála
Ing. Jiří Nosek

Společnost je zapsána
v OR MS v Praze,
Oddíl C, vložka 1326

„Projekt Česká značka je skvělým doplněním aktivit, kterým se věnujeme v oblasti sestavování žebříčků podle ekonomických dat. A máme radost, že je to právě GfK, které ve prospěch tohoto projektu dává svoje profesionální postupy, zkušenosti a renomé,“ říká Jan Struž, předseda CZECH TOP 100.

Chcete získat více informací o studii Česká značka 2017? Nabízíme volně prodejnou studii v českém jazyce. V případě dotazů, nebo Vašeho zájmu prosím kontaktujte Lenku Harmon na lenka.harmon@gfk.com, nebo + 420 739 361 885).

O výzkumu

Internetový výzkum byl proveden metodou CAWI, v listopadu 2017, na reprezentativním vzorku 1000 respondentů.

O CZECH TOP 100

Sdružení CZECH TOP 100 vzniklo v roce 1994 s hlavním cílem pravidelně sestavovat a zveřejňovat seznam nejvýznamnějších společností v České republice a na základě porovnání vybraných ekonomických ukazatelů je seřadit do uceleného žebříčku. V současné době vyhláší každoročně celou řadu žebříčků – např. 100 nejvýznamnějších firem ČR, 100 obdivovaných firem ČR nebo žebříček Nejlepších výročních zpráv. Dále organizuje doprovodné programy, konference a odborná diskusní fóra. Více informací o společnosti najdete na www.czechtop100.cz.

O GfK

GfK je důvěryhodným partnerem při poskytování důležitých informací o trhu a spotřebitelích, které umožňují klientům přijímat lepší rozhodnutí. V GfK kombinujeme práci a nadšení více než 13 000 expertů průzkumu trhu s dlouhodobými zkušenostmi v oblasti vědecké práce s daty. To umožňuje GfK poskytovat zásadní globální poznatky kombinované se znalostí místních trhů ve více než 100 zemích celého světa. Díky inovativním technologiím a vědeckému zpracování dat dokáže GfK transformovat velké objemy dat na inteligentní a relevantní údaje a umožnit tak svým klientům získat konkurenční náskok a obohatit je o zkušenosti, zážitky a volby svých spotřebitelů a zákazníků.

Chcete-li se dozvědět více, navštivte www.gfk.com/cz, nebo sledujte GfK na Twitteru: twitter.com/GfK_Czech.