

# Značky kvality založené na transparentních kritériích jsou na vzestupu

Mgr. VERONIKA VESELÁ,  
Vím, co jím a piju, o. p. s.



**N**árůst důvěry v očích zákazníků a v závěsu za tím i nárůst tržeb – to si slibují výrobci potravin od značek kvality. Patří tak mezi tři nejčastěji plánované nástroje podpory prodeje. Důvěryhodnost značky a povědomí o značce mezi spotřebiteli jsou ta nejdůležitější kritéria, podle nichž se potravinářské společnosti rozhodují, které logo kvality na svých výrobcích použijí.

To vyplynulo z průzkumu, který realizoval odborný portál Marketing Journal. Protože o koupi výrobku se zákazníci nejčastěji rozhodují až v samotném obchodě, sází výrobci a distributoři potravin i nadále především na obalový design (64 %) a cenu (60 %). Mezi významné nástroje, které výrobci

využívají pro zaujetí zákazníka, se dále řadí podpora v místě prodeje (42 %), specifickou roli pak mají ochutnávky (52 %). Významný nástroj však představují i značky kvality. „Značek kvality využívá 40 % dotázaných. Tato forma podpory prodeje je výrazně používanější než inzerce v rozhlase (14 %) nebo televizi (11 %), navíc je častější než podpora prodeje skrze sociální sítě, kterou využívá necelá třetina respondentů,“ říká šéfredaktor portálu Marketing Journal Petr Michl.

## Logo kvality – třetí nejčastěji plánovaný nástroj podpory prodeje

Využít značku kvality k posílení prodeje svých výrobků má v úmyslu 20 % společností. Jedná se tak o třetí nejčastěji plánované rozšíření nástrojů podpory prodeje hned po webových stránkách (24 %) a úpravě obalového designu (21 %).

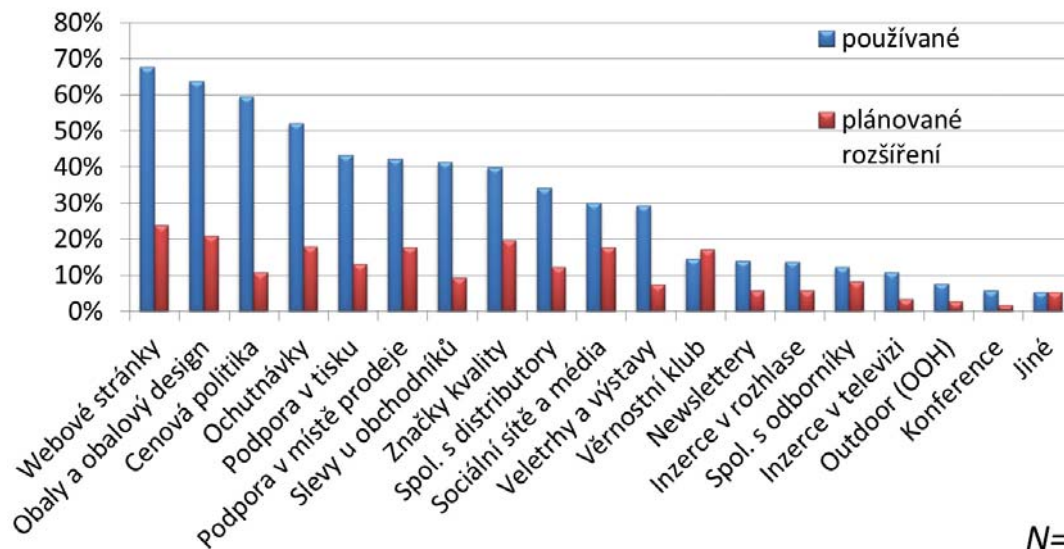
Jaký přínos potravinářské firmy od používání značek kvality očekávají? Na prvním místě si slibují navýšení důvěry zákazníků – vidí to tak 81 % společností. Navýšení tržeb je překvapivě až na druhém místě (60 %). Více než dvě pětiny společností pak spatřují ve značce kvality prostředek, jak se odlišit od konkurence. Stejně tak 39 % respondentů vnímá značku kvality jako garanci stálosti výroby a vysoké kvality svých produktů. Tato očekávání ostatně značky kvality i naplňují (viz info v rámečku).

## Zkušenost s logem kvality motivuje k využití dalšího značení

Značky kvality vnímají potravinářské společnosti jednoznačně jako efektivní nástroj podpory prodeje. Jako naprosto nepostradatelné nebo velmi významné je vnímá třetina (31 %) společností, které značky kvality již používají nebo plánují používat. Téměř polovina (44 %) je pak považuje za srovnatelné s ostatními nástroji.

Dvě pětiny společností, které již své výrobky označují nějakým logem, uvažují o využití dalšího. To dokazuje, že se tento nástroj prodeje osvědčil a chtějí ho posilovat. Více než pětina společností, jejichž výrobky ještě značku kvality nenesou, plánují v budoucnu označit svoje produkty značkou kvality.

Graf 1 Používané a plánované nástroje podpory prodeje



N=351

## Zdravý životní styl akcentují téměř tři čtvrtiny potravinářských společností

Důraz na kvalitu a zdravý životní styl jsou nejvíce využívanými komunikačními tématy. Ke zdravému životnímu stylu se hlásí téměř tři čtvrtiny potravinářských společností (74 %). Reagují tak na trend, který se stále více prosazuje i mezi českými spotřebiteli: většina nakupujících (76 %) by uvítala značku potravin, jež by jim pomohla vybrat takové produkty, které odpovídají výživovým doporučením pro zdravý životní styl. Takový výsledek přinesl loňský spotřebitelský průzkum „Nákup potravin – umíme to?“, který na vzorku více než 12 tisíc spotřebitelů realizovala společnost SANEP a zadala společnost Víť, co jím a piju. Dle něj sice zůstává cena pro téměř tři čtvrtiny Čechů stále jedním z hlavních faktorů při výběru potravin. Zásadní význam ovšem má i jejich složení – téměř polovina spotřebitelů vnímá jako důležitý faktor výživovou hodnotu potravin. Budoucnost by proto mohla patřit právě zdravým logům – zákazníkům urychlují orientaci a usnadňují výběr zdravých prospěšných potravin, výrobcům přináší garanci kvality a odlišení od konkurence.

K výživově hodnotným potravinám mohou spotřebitele navigovat zdravá loga, která ukazují na pozitivní vlastnosti složení výrobku. Jak ukázal průzkum mezi potravináři, v Česku zatím zdravá loga nemají takovou tradici jako

v zahraničí, nejsou proto tolik zapsána v povědomí výrobců. Nejznámější značkou kvality v této kategorii je mezinárodní logo „Vím, co jím“. Ví o ní 23 % potravinářských firem.

## Výrobci nedokáží určit loga s pozitivním vlivem na zdraví

Paradoxem je, že většina potravinářských společností nedokáže určit, které značky kvality skutečně garantují pozitivní vliv potravin na zdraví. Jak ukazuje Graf 2, třetina neví nebo se domnívá, že taková značka vůbec neexistuje. Tradici označování potravin logem kvality založily v Česku značky deklarující lokální či regionální původ. Značky jako Klasa nebo Regionální potravina jsou podporovány státem a v důsledku toho jsou i známější. „Ze zdravotního hlediska je ale výhodnější směřovat známkovou navigaci spíše ke složení výrobků a vyváženosti nutričních hodnot. V tomto ohledu jsou mnohem užitečnější známky kvality, jejichž udělování stojí na vědeckém základě a nezávislém testování. I proto je vhodné podpořit značení, které takovou garanci může nabídnout,“ upozorňuje na přínosy zdravých log internista doc. MUDr. Michal Vrablík z Všeobecné fakultní nemocnice v Praze, předseda České společnosti pro aterosklerózu.



### Jak firmy hodnotí skutečný přínos značek kvality?

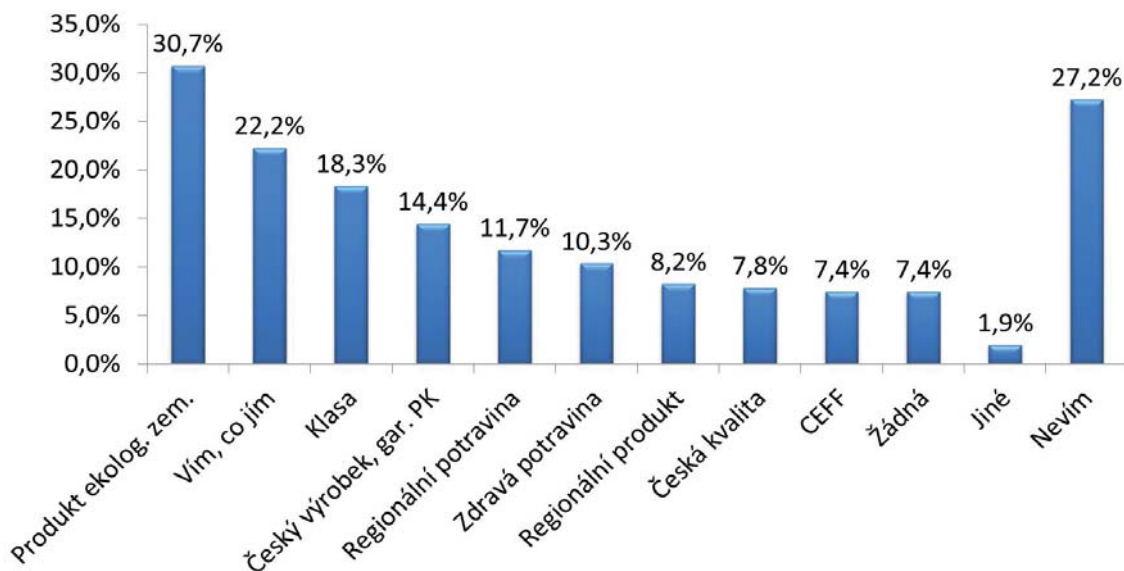
Čtyři pětiny (80 %) společností, jejichž výrobky nesou logo kvality, oceňují jejich přínos na nárůst důvěry zákazníků. Více než dvě třetiny těchto společností si cení kladného přínosu značek kvality jako:

- garance stálosti výroby,
  - garance vysoké kvality produktů,
  - prostředek k odlišení se od konkurence,
  - nástroj marketingové podpory prodeje.
- Bezmála polovina společností pak vnímá pozitivní vliv značky kvality na nárůst tržeb.

## Výrobci tápou v podmínkách udělování, pro spotřebitele jsou sťažejní

Chaos panuje i ve znalosti podmínek udělování značek kvality. Průzkum odhalil, že více než třetina zástupců potravinářských společností (35 %) neví, které značky kvality jsou udělovány na základě transparentních kritérií, a dokonce téměř polovina (46 %) respondentů nedokáže určit značku, jejíž proces udělování je nezávislý a nestranný. Jak vyplynulo z výše zmíněného spotřebitelského průzkumu, právě transparentnost a solidnost při udělování značky jsou hlavní požadavky spotřebitelů na značku kvality, aby si u nich získala důvěru. Připomeňme, že právě o důvěryhodnost jde výrobcům na prvním místě. Aby byla značka důvěryhodná, spotřebitelé považují za nejdůležitější „jasně daná kritéria a podmínky pro udělení značky“ a „garanci posouzení nezávislou zkušebnou či laboratoří“ – oba tyto aspekty vyzdvihla téměř

Graf 2 Které značky kvality mohou mít z vašeho pohledu pozitivní vliv na zdraví zákazníků?





třetina respondentů. Je jen logické, že spotřebitelé na těchto hodnotách lpí. Čtyři pětiny dotázaných ve spotřebitelském průzkumu jsou totiž přesvědčeny, že kvalita potravin má přímý vliv na jejich zdravotní stav.

### Navigace k potravinám vhodným pro zdravý životní styl

Značky kvality nezakládající svá kritéria na lokálním původu používají na své výrobky potravinářské společnosti méně často. Znalost těchto značek se nicméně lepší. Nejznámější značkou kvality z dané kategorie je mezinárodní logo „Vím, co jím“, které zná 23 % potravinářských firem. Zároveň je nejznámější mezi značkami, jež nepodporuje žádným způsobem stát. Do budoucna plánuje označit své produkty logem „Vím, co jím“ 8 % respondentů. Mohlo by se jim to vyplatit, neboť výše zmíněný spotřebitelský průzkum zjistil, že logo Vím, co jím znalo v roce 2013 téměř 19 % respondentů. Spotřebitelský průzkum provedený letos v únoru pak ukázal nárůst povědomí o 15 %. V současnosti tedy logo Vím, co jím zná třetina spotřebitelů.

„Značka Vím, co jím je určena především spotřebitelům, kterým má umožnit jednoduchý a rychlý výběr výživově hodnotných potravin. Na druhé straně je logo užitečné

i pro výrobce, a to zejména ve chvíli, kdy chtějí u svých výrobků deklarovat, že produkt prošel odborným hodnocením a že je z hlediska nutričního složení vhodný pro zdravý životní styl,“ říká ředitelka iniciativy Vím, co jím a piju Ing. Lucie Gonzálezová. Pravidla pro udělení loga jsou veřejně dostupná, vycházejí z kritérií stanovených Mezinárodním vědeckým výborem složeným z odborníků v oblasti výživy. „Mezi partnery zapojené do iniciativy patří renomované potravinářské společnosti jako BONAVITA, LE&CO, Italat, REJ, Unilever, Ahold, McCain, Fabio produkt a další. Logo zatím v Česku získaly více než tři stovky výrobků,“ dodává Gonzálezová.

### Budoucnost patří zdravým logům

Značky kvality mají v rámci podpory prodeje své opodstatněné místo. Které značky však mohou výrobcům pomoci s navýšením důvěry? Jestliže se potravinářské společnosti hlásí ke zdravému životnímu stylu a právě v tomto příslibu spatřují cestu k navýšení důvěry, pak je logickým krokem označovat příslušným logem právě potraviny vhodné pro zdravý životní styl. Se zvyšující se vzdělaností spotřebitelů v otázkách nutriční vyváženosti a kvality potravin se dá předpokládat, že bude narůstat význam značek kvality postavených na vědeckém základě a transparentních kritériích.

Průzkum „Značky kvality z pohledu potravinářských společností“ byl proveden metodou CAWI s předchozím telefonickým oslovením respondentů a zapojilo se do něj 351 potravinářských společností. Realizátorem bylo odborné periodikum Marketing Journal.

### Jaroměřická mlékárna jde cestou kvality a tradičních postupů

Jaroměřická mlékárna, ryze český výrobce sýrů, tvarohů a tradičních pomazánkových, si zakládá na kvalitě a osvědčených postupech. Přimo v Jaroměřicích nad Rokytnou se tak zpracovává výhradně mléko od místních farmářů. Hotové produkty neobsahují žádné konzervanty, sladidla ani jiná nežádoucí „éčka“. Produkty Jaroměřické mlékárny získaly mnohá významná ocenění. Nešdit mléčné výrobky se vyplatí. Odměnou je vynikající chuť!

#### Smetanový sýr Fénix - Svačte zdravě, žijte aktivně.

Pod jménem bájného ptáka, symbolu nesmrtnosti, nabízí Jaroměřická mlékárna čerstvý smetanový sýr Fénix. Jedná se

o sýr typu žervé vyrobený podle tradiční receptury. Složení sýru Fénix není nijak komplikované – smetana, mléčné kultury a sůl, výsledek je však výjimečně lahodný. Fénix lze skvěle kombinovat s čerstvým pečivem, ovocem, zeleninou nebo, chcete-li trochu zhrušit, i s kvalitní čokoládou. Fénix se pyšní titulem Regionální potravina kraje Vysočina, který uděluje ministr zemědělství těm nejvyšší kvalitě lokálním produktům. Ochutnejte poctivý český sýr z jihu Vysočiny.

Dopřejte si zdravou a chutnou svačinu.