

LOGO, které prodává

Společnost Český výrobek s. r. o. aktivně podporuje české výrobky. Tím zároveň podporuje české výrobce a samotné spotřebitele. Pomáhá zákazníkům v orientaci při nákupu českých výrobků tak, aby je mohli lépe rozpoznat a koupit.



První dáma paní Livia Klausová byla patronkou Mezinárodního dne kuchařů, který podpořila rovněž společnost Český výrobek s. r. o.

České výrobky potřebují propagaci jako každé jiné výrobky. Spojení českých výrobců a prodej českých výrobků dává velkou šan-

ci mít jistotu, že si v budoucnu koupíme svůj oblíbený český výrobek. Nezanedbatelná je také skutečnost, že tím vlastně aktivně podporujeme českou ekonomiku.



Váhalova mozaika

ČÍM PŘÍSPĚJE TOTO LOGO?

Tato ochranná známka je **jediná** tohoto znění, která je řádně registrovaná v České republice. Zákazníci i výrobci mají záruku, že bude použita pouze při splnění přísných kritérií a po udělení licence.

LOGO ZARUČUJE, ŽE:

- ◆ Výrobek je vyroben v České republice.
- ◆ Výrobce zaměstnává české zaměstnance, kteří se na výrobě výrobků podílejí.
- ◆ Výrobce ručí za jakost, bezpečnost a nezávadnost výrobků.
- ◆ Výrobce dodržuje zákonné normy, platí daně a odvody na sociální a zdravotní pojištění na území ČR.
- ◆ Výrobce dodržuje reklamační řád.
- ◆ Výrobce plní ekologické normy.
- ◆ Výrobce získal licenci na užívání ochranné známky Český výrobek pro konkrétní výrobky.

Logo Český výrobek je chráněná známka zapsaná na úřadu průmyslového vlastnictví České republiky a může být použita pouze udělením licence. Značku mohou používat potravinářské i nepotravinářské výrobky.

Společnost Český výrobek propaguje logo nejen na výrobcích, ale také podporou v tisku, na billboardech,



Knedlíky z Jídelny Novák

Umístěním právě tohoto loga na výrobky se zvýšil prodej výrobků o 75 %.



Herečka Iva Janžurová byla patronkou soutěže o nejlepší český knedlík a nejlepší rajskou omáčku

níci vybírají zboží. Co je přiměje k tomu, že si ze tří podobných, podobně kvalitních a zhruba stejně drahých výrobků koupí konkrétní věc. Jistě, je kategorie zákazníků, které nezajímá nic než cena. Nicméně je skupina lidí, kteří si všímají i ostatních vlastností výrobku. Zejména po roce 2000 se zákazníci opět začali orientovat na nákup českých výrobků. Respektive, rádi by české výrobky kupovali, ale chybí jim jednoznačné jednoduché vodítko rozpoznat, co je a co není české. Průzkumem bylo zjištěno, že 87% nakupujících preferuje české výrobky a 92% nakupujících by koupila výrobek s logem „Český výrobek®“. Skutečný prodej výrobků s logem „Český výrobek®“ byl o 75% vyšší než prodej výrobků bez loga,“ spokojeně dodává ing. Leo Kolečkář. Nezbyvá než popřát, aby příští průzkum prokázal náš stoprocentní patriotizmus...

v TV reklamě a účasti na akcích, které propagují české výrobky, jako je například soutěž o nejlepší český knedlík, Země živitelka nebo soutěž o nejlepší českou restauraci Czech food cup 2010.

muto programu, což nás pochopitelně velice těší.“

ČÍSLA JSOU NEKOMPROMISNÍ

„Protože pracujeme v oblasti obchodu, tak nás zajímalo, jak si zákaz-

(red)

www.czvyrobek.cz

Společnost Český výrobek s. r. o. začala spolupracovat se společností COOP, což je největší český řetězec u nás. COOP se snaží také o podporu českých potravin a myšlenka „Českého výrobku“ je jí velmi blízká. Ředitel společnosti Český výrobek s. r. o. ing. Leo Kolečkář k tomu poznamenává: „Loni v září jsme se společně zúčastnili výstavy Země živitelka v Českých Budějovicích. Akce měla velmi dobrý ohlas u zákazníků, kteří označení logem Český výrobek vítali a chtěli ho co nejdříve na výrobcích, aby se mohli lépe orientovat. U našeho stánku se zastavil také pan prezident Václav Klaus, předseda vlády Jan Fischer i předseda ČSSD Jiří Paroubek. Všichni vyjádřili uznání a podporu to-



Vpravo ing. Leo Kolečkář se zástupcem firmy Coop Dr. Vladimírem Dvořákem