

Tisková zpráva

Dr. Max obhájil titul absolutního vítěze 22. ročníku ocenění Mastercard Obchodník roku

Praha
26. března 2025

- **Dr. Max slaví triumf jako absolutní vítěz prestižního ocenění Mastercard Obchodník roku.**
- **Více než 85 tisíc lidí se zapojilo do internetového hlasování v kategorii Cena veřejnosti, aby vybrali svého oblíbeného obchodníka. Vítězství v této kategorii úspěšně obhájil Lidl.**
- **Vítězi sortimentních kategorií jsou Alza, Bambule, DATART, Deichmann, dm drogerie markt, Dr. Max, IKEA, Knihy Dobrovský, Lidl, OBI, Rohlík, Sportisimo, Super zoo a Tank ONO a Zalando.**
- **V kategorii odborné poroty Inovátor v obchodě zvítězila společnost grid.online.**
- **V kategorii SOCR ČR Zodpovědný obchodník zvítězil Kaufland a Tesco Stores ČR.**

„Již přes dvě dekády vyzdvihuje prestižní ocenění Mastercard Obchodník roku ty nejlepší obchodníky českého maloobchodu. Spokojený zákazník je pro každého obchodníka tou největší hodnotou a úspěch v soutěži potvrzuje jejich výjimečnou práci,“ řekl Martin Dolejš, ředitel rozvoje obchodu ve společnosti Mastercard pro Česko a Slovensko. *„Maloobchodní trh se neustále vyvíjí a podnikatelé na tyto změny reagují zaváděním inovativních řešení. Skvělým důkazem je letošní rekordní počet inspirativních projektů přihlášených do kategorie odborné poroty Inovátor v obchodě,“* doplnil Dolejš.

Vítězové sortimentních kategorií a absolutní vítěz ocenění Mastercard Obchodník roku 2024 byli určeni na základě reprezentativního průzkumu. Hodnocení vycházelo ze dvou klíčových skupin faktorů: pozice na trhu a důvěry zákazníků. Celkový index spolu s těmito faktory odrážejí aktuální situaci na trhu a postavení obchodníka v konkurenčním prostředí.

Absolutní vítěz ocenění Mastercard Obchodník roku 2024

1. místo

Absolutním vítězem ocenění se stává obchodník, který dosáhne v rámci reprezentativního výzkumu nejvyššího celkového skóre napříč všemi kategoriemi. Absolutního vítěze ocenění Mastercard Obchodník roku 2024 obhájil **Dr. Max**. Síť lékáren vyniká v parametru zapamatovatelnosti a jeho zákazníci prokazují nejvyšší míru loajality napříč všemi kategoriemi.

„Všem zákazníkům, kteří se v průzkumu vyslovili v náš prospěch, bych chtěl poděkovat nejen za sebe, ale především za své kolegy, protože to oni tím, co do své práce vkládají, mají zásluhu na úspěchu naší značky. Není to poprvé, co se z vítězství v prestižní soutěži Mastercard Obchodník roku těšíme, ale právě proto, že jde o opakované potvrzení klientské spokojenosti, si ho vlastně ceníme stále výš,“ řekl Jan Žák, generální ředitel sítě Dr. Max.

2. místo

Stříbrnou pozici v kategorii Absolutní vítěz obsadila společnost **dm drogerie markt**. Na druhé místo se dostává především díky parametru důvěry – je obchodníkem, kterého jsou jeho zákazníci velmi často ochotni dále doporučit, opětovně u něj nakupovat a velmi dobře se mu daří naplňovat zákaznická očekávání.

3. místo

Na třetím místě se v celkovém pořadí umístila společnost **IKEA**. Na špici žebříčku nejlepších obchodníků na trhu se drží především díky silné loajalitě svých zákazníků. Dosahuje zároveň vysokého skóre i v parametru důvěry.

Cena veřejnosti – hlasování zákazníků

V kategorii Cena veřejnosti hlasovalo celkem **85 358** zákazníků a své ložské vítězství úspěšně obhájila společnost **Lidl Česká republika**. Každý hlasující měl možnost rozdělit celkem 6 bodů mezi své tři nejoblíbenější obchodníky. Vítěz kategorie Lidl získal celkem **100 329 bodů**. Na druhé příčce se umístila společnost Kaufland se 74 891 body a na třetím Penny Market s 60 499 body.

„Ocenění Mastercard Obchodník roku je s podnikáním Lidlu v České republice již pevně spjato. Letos jsme opět získali Cenu veřejnosti a bude to již naše 34. cena v podobě malého nákupního košíku. Jak ale všichni víme, člověk snadno

Tisková zpráva

může přijít o něco, s čím jistojistě počítá nebo co považuje za samozřejmost. Proto nás nesmírně těší, že jsme důvěru a loajalitu našich zákazníků nezklamali. Jsme přesvědčeni o tom, že si Lidl nevybaví jako první volbu jen proto, že máme v republice přes 320 prodejen. Věříme, že spontánní znalost a obliba našich prodejen souvisí především se skvělým zákaznickým zážitkem, kvalitními výrobky, nízkými cenami, ochotnými zaměstnanci i naším zaměřením na zdravé a udržitelné produkty," řekl jednatel společnosti Lidl Česká republika Petr Krula.

Kategorie odborné poroty – Inovátor v obchodě

Tato kategorie oceňuje společnosti, které v roce 2024 přinesly na český trh nejodvážnější a nejprogressivnější inovace. Ať už se jednalo o nové využití technologií s přínosem pro zákazníky i pro firmu, inovativní prodejní koncepty, revoluční platby nebo projekty zaměřené na inovace s praktickým využitím principů ESG. Klíčovou roli hrál také velký posun v technologiích. Ty přispívají k rozvoji retailu a pomáhají obchodníkům v mnoha aspektech – od řízení podniku až po zlepšení zákaznického zážitku.

Odborná porota (složení odborné poroty viz. příloha 3 tiskové zprávy) pečlivě posoudila všechny projekty a vybrala tři finalisty: **Nesnězeno – Udržitelný retail v praxi: PENNY & Nesnězeno, NFCtron – Festivalové lesy a grid.online**. Ti se utkali o hlavní cenu při veřejné prezentaci na největší obchodní konferenci ve střední Evropě Retail Summit. Vítěze zvolili účastníci konference svým hlasováním. Stala se jím společnost **grid.online**.

Finalisté kategorie odborné poroty – Inovátor v obchodě

Nesnězeno – Udržitelný retail v praxi: PENNY & Nesnězeno

Penny pokračuje v boji proti plýtvání potravinami zapojením se do platformy Nesnězeno. Projekt propojuje ekologickou odpovědnost s efektivním podnikáním, šetří zákazníkům peníze a zároveň snižuje ekologickou stopu. Dokazuje, že udržitelné podnikání může být nejen ziskové, ale i přínosné pro společnost.

NFCtron – Festivalové lesy

NFCtron umožňuje pořadatelům festivalů vytvářet tzv. festivalové lesy, kde mohou návštěvníci přispět a symbolicky zasadit strom. Příspěvek na výsadbu je možné provést buď přímo v aplikaci, nebo během nákupu vstupenky na festival. Tento způsob zapojení veřejnosti pomáhá zvyšovat povědomí o ochraně přírody a klimatu.

grid.online

grid.online je unikátní městská přepravní síť, která propojuje kurýry s volnou kapacitou a obchodníky, čímž pomáhá optimalizovat náklady na doručení zboží koncovým zákazníkům. Obchodníci tak získávají flexibilnější a efektivnější doručovací řešení.

Cena za dlouhodobý přínos k rozvoji retailu

Společnost Mastercard se v letošním roce rozhodla udělit historicky první speciální cenu. Za dlouhodobý přínos k rozvoji retailu ocenila společnost **COOP, ČSOB a Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR** ze jejich společný projekt automatizovaných prodejen **COOP 24/7**. Nový koncept prodejen umožňuje zákazníkům nakupovat doslova kdykoliv a výrazně zlepšuje dostupnost základního sortimentu zejména v regionech, které se potýkají s odlivem prodejen. Kromě potravinových pouští zařazuje COOP tyto prodejny i do specifických lokalit, například do rekreačních oblastí, na letiště či do nemocnic.

Mastercard podporuje nové obchodní modely a bezkontaktní platby a je dlouhodobým partnerem těchto inovativních prodejen. Díky nim je nakupování rychlé, bezpečné a dostupné i mimo běžnou otevírací dobu. „Toto speciální ocenění je výrazem uznání a poděkování za dlouhodobě úspěšný projekt, který přispívá ke zkvalitnění života lidí a má velký potenciál další expanze i za hranice České republiky,“ řekl Tomáš Večerek, manažer pro vztahy s obchodníky ze společnosti Mastercard pro Česko a Slovensko.

Mastercard Obchodník roku – SOCR ČR Zodpovědný obchodník

Kategorie Zodpovědný obchodník, garantovaná Svazem obchodu a cestovního ruchu ČR, se letos zaměřila na spolupráci s regionálními dodavateli, podporu tradičních českých řemesel a kvalitu místních potravin. Obchod v těchto oblastech hraje stále větší roli – hledá nové příležitosti, posiluje vazby s lokálními producenty a vzdělává zákazníky i dodavatele. Odborná porota ocenila hned dva obchodníky. Kaufland ČR získal uznání za projekt „Z lásky k regionům“, který podporuje spolupráci s místními dodavateli. Tesco Stores ČR bylo oceněno za projekt „Pekařina v Tesco“ zaměřený na zachování a rozvoj tradičního českého pekařství.

Tisková zpráva

„Obchodníci dnes hrají klíčovou roli v podpoře regionálních dodavatelů, kvalitních lokálních potravin i tradičních řemesel. Jsem rád, že ocenění v této kategorii převzali právě ti, kteří pomáhají rozvíjet místní výrobu a přibližují zákazníkům hodnotu české řemeslné tradice,“ řekl Tomáš Prouza, prezident Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR.

Více informací k výsledkům 22. ročníku ocenění Mastercard Obchodník roku 2024 naleznete v přílohách tiskové zprávy.

Příloha tiskové zprávy 1. Celkový přehled vítězů ocenění Mastercard Obchodník roku 2024

Příloha tiskové zprávy 2. Podrobné výsledky obchodníků v sortimentních kategoriích

Příloha tiskové zprávy 3. Složení odborné poroty kategorie Inovátor v obchodě

V případě zájmu o další informace kontaktujte prosím:

Ogilvy, Lucie Pavlů, tel.: + 420 602 302 502, e-mail: lucie.pavlu@ogilvy.com

Přílohy tiskové zprávy

PŘÍLOHA TISKOVÉ ZPRÁVY 1.

Celkový přehled vítězů 22. ročníku ocenění Mastercard Obchodník roku 2024

Absolutní vítěz	Dr. Max
Cena veřejnosti	Lidl
Obchodník roku s potravinami	Lidl
Obchodník roku s drogerií a parfumerií	dm drogerie markt
Obchodník roku s oděvy	Zalando
Obchodník roku s obuví	Deichmann
Obchodník roku se sportovními potřebami	Sportisimo
Obchodník roku s elektrem a elektronikou	DATART
Obchodník roku pro dům a zahradu	OBI
Obchodník roku s nábytkem a bytovými doplňky	IKEA
Obchodník roku s chovatelskými potřebami	Super zoo
Obchodník roku s knihami	Knihy Dobrovský
Obchodník roku s hračkami	Bambule
Čerpací stanice roku	Tank ONO
Lékárna roku	Dr. Max
E-shop roku	Alza
Doručení jídla a potravin	Rohlík
Inovátor v obchodě	grid.online
SOCR ČR – Zodpovědný obchodník	Kaufland ČR a Tesco Stores ČR
Cena za dlouhodobý přínos k rozvoji retailu	Společně COOP, Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR a ČSOB

Přílohy tiskové zprávy

PŘÍLOHA TISKOVÉ ZPRÁVY 2.

Sortimentní kategorie 22. ročníků ocenění Mastercard Obchodník roku 2024

Letošní ročník ocenění Mastercard Obchodník roku přináší **několik novinek** v sortimentních kategoriích. Poprvé se mezi nominovanými na vítězství umístila společnost **Knihobot** v kategorii Obchodník roku s knihami, mezi top 3 se poprvé probjoval prodejce oděvů **Sinsay** a také **UNI HOBBY** v kategorii Obchodník roku pro dům a zahradu. V kategorii Obchodník roku se sportovními potřebami došlo ke dvěma změnám – nováčkem ocenění je společnost **Nike** a na první příčku v kategorii se po 4 letech vrací **Sportisimo**.

Podrobné výsledky sortimentních kategorií

Cenu **Obchodník roku s potravinami** získal **Lidl Česká republika**. Lidl bodoval zejména v parametru zapamatovatelnosti – 50 % respondentů nakupujících sortiment si ho spontánně vybavilo. Zákazníci Lidlu projeví také vysokou míru důvěry v této kategorii. Kaufland obsadil druhé místo a třetí příčku Albert.

dm drogerie markt se stala vítězem kategorie **Obchodník roku s drogerií a parfumerií**, a to především díky velmi silné pozici v parametru zapamatovatelnosti – spontánně dm jmenovalo 68 % respondentů nakupujících sortiment. K výraznému nárůstu došlo meziročně zároveň v parametru důvěry. Na druhém místě se umístila TETA drogerie a na třetím Rossmann.

Vítězem v kategorii **Obchodník roku s oděvy** se stalo **Zalando**, které se tak posunulo z loňského druhého místa, a to díky nejvyšší míře důvěry deklarované zákazníky. Obchodníka doporučuje 72 % zákazníků nakupujících sortiment. Druhé místo patří loňskému vítězi, společnosti Peek & Cloppenburg, a třetí je Sinsay.

Své loňské vítězství v kategorii **Obchodník roku s obuví** obhájil **Deichmann**. Společnost bodovala v parametru zapamatovatelnosti – spontánně ji jmenovalo 44 % respondentů nakupujících sortiment. Druhé místo obsadila společnost Rieker a třetí Eobuv.

Cenu **Obchodník roku se sportovními potřebami** získalo **Sportisimo**. Posunulo se tak z loňského druhého místa, a to především díky posilující loajalitě jeho zákazníků. Druhé místo obsadil Decathlon a třetí Nike.

Společnost **OBI** se stala vítězem kategorie **Obchodník roku pro dům a zahradu** díky nejlepším výsledkům v parametru zapamatovatelnosti v dané kategorii – spontánně ji jmenovalo 55 % respondentů nakupujících sortiment. Na druhém místě se umístil Hornbach a na třetím UNI HOBBY.

V kategorii **Obchodník roku s nábytkem a bytovými doplňky** zvítězila **IKEA Česká republika**, a to především díky velmi silné pozici v parametru zapamatovatelnosti – spontánně ji jmenovalo 57 % respondentů nakupujících sortiment. Zákazníci IKEA v dané kategorii deklarují také nejvyšší míru loajality a důvěry. Na druhém místě je JYSK a na třetím Möbelix.

DATART se stal vítězem kategorie **Obchodník roku s elektrem a elektronikou** díky nejlepším výsledkům v parametru zapamatovatelnosti v dané kategorii – spontánně ho jmenovalo 67 % respondentů nakupujících sortiment. DATART navíc meziročně posiluje ve všech parametrech. Na druhém místě se umístila Alza a na třetím Planeo.

Své loňské vítězství v kategorii **Čerpací stanice** obhájilo **Tank ONO** s výrazným nárůstem ve všech parametrech celkového skóre. Na druhém místě je ORLEN a na třetím Shell.

Ocenění **Obchodník roku s knihami** získala společnost **Knihy Dobrovský**, která bodovala v parametru zapamatovatelnosti – spontánně ji jmenovalo 68 % respondentů nakupujících sortiment. Na druhém místě je společnost Megaknihy.cz a na třetím Knihobot.

Přílohy tiskové zprávy

V kategorii **Obchodník roku s hračkami** zvítězila společnost **Bambule**, která zabodovala zejména v parametru loajality, pro 47 % zákazníků je hlavním nákupním místem pro daný sortiment. Druhé místo připadlo e-shopu Mraky hraček a třetí obsadilo Pompo.

Kromě titulu Absolutní vítěz je společnost **Dr. Max** také na prvním místě v kategorii **Lékárna roku**. Dr. Max je ve své kategorii nejsilnějším hráčem ve všech parametrech – spontánně jej jmenovalo 82 % respondentů nakupujících sortiment, pro 72 % zákazníků je hlavním nákupním místem pro daný sortiment a je na prvním místě také z hlediska souhrnného indexu důvěry nakupujících. Druhé místo obsadily lékárny Benu a třetí GigaLékárna.cz.

Titul **E-shop roku** získala společnost **Alza**, která bodovala v parametru zapamatovatelnosti – spontánně ji jmenovalo 43 % respondentů nakupujících sortiment. Zároveň je Alza ve své kategorii nejsilnější v parametru loajality. Podíl zákazníků, pro které je obchodník Alza hlavním nákupním místem pro daný sortiment, je 46 %. Druhé místo obsadil Rohlík a třetí DATART.

Společnost **Super zoo** zvítězila v kategorii **Obchodník roku pro chovatele**. Super zoo boduje v parametru zapamatovatelnosti, spontánně si jej vybavilo 37 % respondentů nakupujících sortiment, a také v parametru loajality – pro 65 % zákazníků je hlavním nákupním místem pro daný sortiment. Na druhém místě je Zoohit a na třetím SpokojenyPes.cz.

V kategorii **Doručení jídla a potravin** zvítězila společnost **Rohlík**, a to především díky velmi silné pozici v parametru zapamatovatelnosti – spontánně ji jmenovalo 46 % respondentů nakupujících sortiment. Meziročně Rohlík posiluje v parametru loajality. Druhou příčku obsadila Foodora a třetí Košík.

Přílohy tiskové zprávy

PŘÍLOHA TISKOVÉ ZPRÁVY 3.

Složení odborné poroty kategorie Inovátor v obchodě

- Tomáš Prouza, prezident, Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR
- Ján Lučan, vrchní ředitel a člen představenstva, ČSOB
- Jitka Palatová, generální ředitelka, Worldline Czech Republic
- Jan Vetyška, výkonný ředitel, Asociace pro elektronickou komerci
- Pavlína Louženská, zakladatelka vzdělávacích platforem #HolkyzMarketingu a #HolkyzByznysu, mentorka pro Google for Startups, specialista na predikci trendů
- Peter Brejčák, redaktor, CzechCrunch
- Jan Jindra, ředitel nákupu, MAKRO Cash & Carry ČR
- Martin Dolejš, ředitel rozvoje obchodu, Mastercard
- Tomáš Večerek, manažer pro vztahy s obchodníky, Mastercard