



Vince il prodotto, convince il consumatore! Eletti 50 Prodotti dell'Anno

Eletto Prodotto Dell

Sono più di 12.000 i consumatori che hanno eletto i Prodotti dell'Anno attraverso la più importante ricerca di mercato sull'innovazione in Italia.

L'indagine online- condotta da IRI, istituto indipendente e leader mondiale nella gestione di informazioni di mercato, analisi e insight- si basa su un panel rappresentativo della popolazione italiana di età compresa tra i 15 e i 65 anni.

Il consumatore, tramite un questionario online, ha valutato i prodotti divisi in categorie merceologiche.

Per ogni categoria, è stato eletto il prodotto che tra i competitor ha ottenuto la media aritmetica più alta tra innovazione e soddisfazione.

Il consumatore oggi è sottoposto a molteplici e ripetuti stimoli sia in termini di informazione di prodotto, di canali di acquisto che di nuove categorie merceologiche.

In questo contesto, dove il tempo medio di permanenza davanti allo scaffale è salito a 15 -20 secondi, le caratteristiche di visibilità e distintività del prodotto diventano centrali per la finalizzazione dell'acquisto.

Il Logo di Prodotto dell'Anno diventa oggi un punto di riferimento: l'86% dei consumatori conosce Eletto Prodotto dell'Anno e il 71% è più propenso ad acquistare un prodotto che espone il Logo.

I prodotti eletti potranno usufruire dei dati emersi nella ricerca ma soprattutto utilizzare per un anno il Logo Eletto Prodotto dell'Anno 2017 in comunicazione a 360 gradi, compresi i social media, sempre più impiegati in modo strategico e dinamico.

Partecipare a Prodotto dell'Anno è una decisione strategica: la fiducia dei consumatori rispetto ai prodotti eletti è dell'84%.

Lo dicono i consumatori: una pubblicità che reca il Logo di Prodotto dell'Anno è molto più credibile (79% contro 46%) di una pubblicità in generale.

Dalla ricerca emerge inoltre come il search e la sharing opinion per i prodotti innovativi siano stabilmente entrati nelle abitudini dei consumatori italiani: a più di 8 consumatori su 10 piace cercare in Internet le informazioni sui nuovi prodotti e seguono i consigli di amici e parenti: il passaparola positivo, che è proprio uno dei valori alla base del Premio Eletto Prodotto dell'Anno, si conferma quindi essenziale per il successo di un prodotto innovativo (dato in incremento +2pt rispetto al 2015).

Il Logo - che crea fiducia e rassicura mostrando la preferenza di altre migliaia di consumatori -



diventa così fondamentale per attirare l'attenzione verso la vera innovazione di prodotto che risalta grazie al marchio inconfondibile rosso e bianco di Eletto Prodotto dell'Anno.

Gli italiani stanno modificando le proprie abitudini alimentari; si registra una significativa crescita di interesse per il biologico, il salutistico e la naturalità degli ingredienti in genere, inoltre continua a svilupparsi sempre di più una logica di acquisto di prodotti freschi e con alto contenuto di servizio.

E' in atto un forte cambiamento nutrizionale, sono sempre più i consumatori che si orientano al "senza": senza zucchero, senza farine raffinate, senza carne, senza lattosio anche non soffrendo di particolari allergie o intolleranze.

Frutta, verdura e latticini vengono così rivalutati e rielaborati con soluzioni innovative da parte delle aziende che propongono prodotti per ogni esigenza.

Il benessere è il nuovo dogma degli italiani: movimento fisico, alimentazione e tecnologia per stare bene e sentirsi in forma.

Questo è evidente anche tra le categorie merceologiche dell'edizione 2017 del Premio.

La consapevolezza e la sensibilità ambientale inducono le famiglie a prestare maggiore attenzione alle quantità cercando di ridurre gli sprechi.

Questi nuovi valori di consumo portano a maggiori opportunità per i prodotti e i servizi premium.

Infatti ben il 71% dei consumatori dichiara di essere disposto a pagare un premium price se il prodotto soddisfa pienamente le proprie esigenze (+5% rispetto all'anno scorso).

La serata di Premiazione, patrocinata dalla Rappresentanza a Milano della Commissione Europea, GS1 Italy, UPA, IAB, IAA, UNICOM e ASSOCOM, ha coinvolto più di 500 personalità del mondo dell'industria, della distribuzione, nonché della stampa e della comunicazione.

Numerosi sono i Media Partner che daranno visibilità a tutti i prodotti eletti sulle loro testate e sui loro mezzi.

In particolare IGP Decaux sui mezzi pubblici di Milano e Roma, Daily Media, Mediaforum, TVN Mediagroup, Mark Up, GDO Week, sulle loro testate; Distribuzione Moderna, DoveConviene, il Gruppo Editoriale Citynews e DonnaModerna.com; Catalina Marketing e Carrefour per la promozione nei punti vendita.

I 50 Prodotti Eletti sono stati ufficializzati durante la serata di Premiazione che si è svolta all'Alcatraz di Milano il 16 marzo.

Di seguito i prodotti eletti nelle differenti categorie merceologiche: Accessori Smartphone Cellularline Tetra Force Acque Ristorazione Lilia Bottiglia HORECA Bevande Frutta Natura Buona Spremute Bibite Gassate Fanta Bottiglia Slider Birre Speciali Birra Moretti La Bianca Biscotti Loacker Cacao & Milk Caffè Macinato Compagnia dell'Arabica Linea Macinati Caffè Solubile Lavazza Prontissimo! Caldaie Ariston Genus Premium NET Capsule Caffè Nescafé Dolce Gusto Linea Colazione Carta Igienica Tenderly Carezza di Latte Cura Bambino Fria Baby Sensation Emolliente Cura Viso Anti-Età L'Oréal Paris Revitalift Laser X3 Il Doppio Trattamento Anti-Età Globale Dentifrici Biorepair Pro White Deodoranti Casa Glade Limited Edition Deodoranti Persona Nivea Deodorante Protect & Care Dessert Freschi Santa Lucia Creme Pronte Dolci Detergenti Ecologici Dual Power Green Life



Detersivi Disinfettanti e Igienizzanti Bioform Plus Disinfettanti Fazzoletti di Carta Tempo Protect Finestre Oknoplast Prolux Evolution Formaggi Freschi Biologici Exquisa Linea formaggi Biologici Formaggi Freschi Spalmabili Santa Lucia Formaggio Fresco Spalmabile Gelati e Ghiaccioli Sammontana Non mordere Igiene Intima Tantum Rosa Intimo Derma Insalate Pronte Dimmidisi Piatto Unico Insetticidi e Dopopuntura Raid Linea Eucalipto Integratori di Vitamine e Minerali Sustenium I Colori della Salute Mix 5 Macchine da Caffè Philips Saeco Incanto Carafe Olio Olio Piave 1938 Biologico Olio Moto Shell Advance Ultra Scooter (with Pure Plus Technology) Pet Food Migliorcane e Migliorgatto Unico Piatti Pronti Freschi Vegetali NOA Linea Creme Spalmabili Vegetali Pile Energizer Eco Advanced Praline di Cioccolato Vanini Le Praline Gourmet Prima Colazione Kinder Cerealè Prodotti Aloe L'Angelica Vitermine Aloe Drink Prodotti Struccanti Fria Struccantipiu Puro Latte Detergente in Salvietta Pulizia Interdentale GUM Soft picks advanced Servizi Finanziari Postepay App Shampoo Head & Shoulders Linea Shampoo Smalti Essence The Gel Nail Polish Snack e Prodotti Salutistici Noberasco BIObreak Stampanti HP DeskJet 3700 Stiro Philips PerfectCare AquaPro Surgelati di Pesce CondiPresto Esca Ceci ai Gamberi e Totano, Quinoa ai Frutti di Mare e Ortomare con Zucchine e Gamberi Surgelati Vegetali Bambini Frosta Cuoricini Tavolette di Cioccolato Ritter Sport Special Nuts Tè e Tisane Everton Tea Cube Yogurt Bontà Viva Yogurt intero Semi e Cereali Istituto in Francia nel 1987 il Premio oggi è presente in oltre 37 paesi al mondo e più di 3,5 miliardi di consumatori si fidano dei prodotti con il Logo Eletto Prodotto dell'Anno.

In Italia è giunto alla 12a edizione ed è organizzato da Marketing e Innovazione Italia, di cui Simonetta Flores è amministratore unico.

(fonte IRI settembre 2016) Per ulteriori informazioni: