



Premiati a Milano i Prodotti dell'Anno 2010

29/1/2010

8.014 sono i consumatori del panel **Tns Italia** che hanno valutato i prodotti selezionati per partecipare a **Eletto Prodotto dell'Anno** e hanno eletto quelli più innovativi. La premiazione per celebrare i **38** prodotti eletti Prodotto dell'Anno 2010 tra i circa **100** selezionati, si è tenuta il 28 gennaio all'**Alcatraz** di Milano, sotto l'**Alto Patrocinio** del **Ministero dello Sviluppo Economico**.



L'innovazione è motore di cambiamento e strumento per crescere. Le aziende che innovano vengono premiate dai consumatori.

8.014 sono i consumatori del panel **Tns Italia** che hanno valutato i prodotti selezionati per partecipare a **Eletto Prodotto dell'Anno** e hanno eletto quelli più innovativi. La scelta è stata fatta tra prodotti sempre più pratici, funzionali, ecologici ed ecocompatibili. Le aziende oggi propongono prodotti che rispondono a precise richieste dei consumatori e si impegnano ad educarlo a consumare in maniera più efficace e rispettosa dell'ambiente.

Conciliare mass market e sostenibilità è una sfida che sia industria che distribuzione hanno colto. Il consumatore oggi matura scelte consapevoli ed è disposto a pagare un premium price per soddisfare la ricerca dei valori in cui crede (**66%** dei consumatori italiani). L'impegno delle aziende a realizzare prodotti eco friendly è stato apprezzato e premiato dai consumatori italiani che dall'innovazione si aspettano principalmente prodotti con un miglior rapporto qualità prezzo (**55%**), che rispettino l'ambiente (**40%**) e più naturali (**36%**). (fonte TNS 2009)-



La premiazione per celebrare i 38 prodotti eletti Prodotto dell'Anno 2010 tra i circa 100 selezionati, si è tenuta il 28 gennaio all'Alcatraz di Milano, sotto l'Alto Patrocinio del Ministero dello Sviluppo Economico e ha coinvolto personaggi del mondo dell'industria, del marketing, della distribuzione, nonché della stampa e della comunicazione.

Il premio è sostenuto da importanti Media Partner (**Mark Up, IGP Decaux, MyMarketing.Net, Daily Media, Mediaforum e Telesia**) e ha ottenuto il Patrocinio della **Rappresentanza a Milano della Commissione Europea**, del **Comune di Milano**, di **ECR Italia**, di **UPA**, di **Assocomunicazione**, di **IAA** e di **Unioncamere**. Partner del Premio sono anche **TNS Italia, IRI Information Resources Inc** e **GFK Marketing Services Italia**.

La serata ha voluto porre in risalto l'unico e incontestabile critico e responsabile della decisione d'acquisto, il consumatore. Eletto Prodotto dell'Anno è l'unico riconoscimento in Italia basato sul solo voto dei consumatori. L'elezione dei prodotti avviene attraverso una ricerca di mercato, la più rilevante e rappresentativa per numero di individui coinvolti. Oggi il consumatore è più attento e razionale e premia le aziende che sanno coniugare prezzo, relazione con il consumatore (servizi, attenzione, vicinanza) e qualità sia del prodotto sia dei valori che animano l'impresa. I consumatori vogliono vedere emergere

l'impegno e la serietà dell'azienda, della sua mission, della sua etica, dei suoi valori.

Il privilegio maggiore per i vincitori è senza dubbio l'utilizzo del Logo Eletto Prodotto dell'Anno per un anno in tutte le comunicazioni di prodotto, che certifica l'apprezzamento da parte dei consumatori che hanno eletto i prodotti e che genera fiducia tra gli altri consumatori. Il vantaggio competitivo per i prodotti del largo consumo è spesso determinato dal presidio nel punto vendita. Il Logo Eletto Prodotto dell'Anno - che ha ormai raggiunto un'awareness del **59%** (fonte TNS 2009)- consente di comunicare l'elezione in maniera particolarmente efficace e proprio all'interno del supermercato/ipermercato, nel momento in cui il consumatore compie l'atto di acquisto. Il consumatore, che sceglie un prodotto con il Logo Eletto Prodotto dell'Anno, trova sempre l'indicazione che lo informa in trasparenza sulla metodologia dell'iniziativa e segnala il numero esatto di consumatori che ha partecipato alla ricerca di mercato.

Dalla ricerca emergono tre principali tendenze in evoluzione: una maggior cautela dei consumatori a sperimentare dovuta alla difficoltà di percepire le reali innovazioni; il recupero della marca che diventa importante elemento di assicurazione, fiducia e mantenimento del proprio status sociale e la ricerca di naturalità e benessere sia per l'individuo che per la collettività e l'ambiente. Si passa quindi dalla centralità dell'edonismo a quello della salute e del benessere.

Soprattutto in periodi difficili in cui i consumi hanno segno negativo, il Logo Eletto Prodotto dell'Anno riesce a fare la differenza. La quota di mercato dei Prodotti dell'Anno 2009 continua a crescere: **+ 65%** sulle categorie di riferimento per i prodotti che sono nel secondo anno dal lancio (fonte IRI settembre 2009).

Questi i Prodotti dell'Anno 2010 suddivisi nelle diverse categorie merceologiche:

Affettati Beretta 1812 Selezione Speciale
Baby Food Milupa Biscotti Della Fattoria
Bevande Analcoliche Derby Blue Nettari Mix
Bevande Calde Nescafé Ginseng Coffee
Caramelle Golia Fresca Estate
Colle Super Attak Flex Gel
Collutori Listerine Total Care
Condimenti Freschi Montorsi Primavera Di Cubetti
Consumer Electronics Philips Cinema 21:9
Cosmesi Max Factor False Lash Effect Mascara
Cura Casa Duck Fresh Discs
Cura Corpo Glysolid Crema Light e Crema AntiAge
Cura Corpo Bambino Johnson's Baby Olio Addolcente Con Camomilla
Dentifrici Colgate Total Advanced Clean
Deodoranti Ambiente Ambi Pur Renov'Air
Depilazione e Rasatura Braun Bodycruzer
Detersivi Tessuti Vernel Cristalli Di Ammorbidente
Formaggi Leerdammer Special Toast
Frullati Freschi Valfrutta Purafruttafrullata
Gelati Carte D'Or Creation Ice Cream Cake
Grandi Elettrodomestici Hotpoint-Ariston Forno Openspace
Igienico Sanitari Tempo Complete Care
Insetticidi e Repellenti Autan Family Care Gel
Integratori Energia e Benessere Be-Total Body Plus
Integratori in Tappo Aqua Therapy
Normalizzatori Intestinali Benefibra Linea Irregolarità Intestinale
Parafarmacia Cura Corpo Dermon Gel Mousse Doccia
Parafarmacia Salute Compeed Total Care Herpes Patch

Pet Food ProPlan Linea Secco Gatto Optirenal

Piatti Pronti Nostromo Salmoncelle e Tonnarelle

Piccoli Elettrodomestici Humana Benessere Termometro a Distanza Thermofocus

Pizze Buitoni Pizza Ricca

Salutistici Misura Linea Integrale Fibrextra

Smacchiatori e Additivi Grey L'Acchiappacoloro

Spazzolini Aquafresh Filo-Sense

Surgelati Capitan Findus Le Formine

Tea Thè Verde San Benedetto

Wurstel AIA Wudy Grill

Le iscrizioni per il 2011 sono già aperte. Sul sito www.prodottodellanno.it nella sezione edizione 2011 è possibile scaricare il fascicolo di iscrizione.