



Notizie & Eventi

[Home](#) > [Notizie & Eventi](#) > [Comunicati Stampa](#)

Comunicati Stampa

Eventi & Webinar

Contatti Per La Stampa

Ricevi Le Notizie IRI

Media Data Request

RSS

Lo Scenario del Largo Consumo

IN-STORE FLYER

Christmas Card 2009

Cosa Dicono i Clienti



"Una buona strategia nasce da una buona analisi. Una buona analisi nasce da strumenti, dati ed informazioni affidabili. IRI Infoscand si è ritagliata uno spazio importante nelle informazioni a supporto delle decisioni e delle strategie aziendali. Sempre di più in futuro leggere con anticipo ed interpretare correttamente trend e comportamenti del trade e del consumatore rappresenterà un vantaggio competitivo rilevante. Auguro ad IRI di sapere cogliere sempre le nuove sfide in mercati che presenteranno contesti ancor più incerti e turbolenti"

Paolo Isolati
Direttore Marketing
Gruppo Bauli

NOTIZIE & EVENTI

Comunicati Stampa

Archivio (2005 - 2009)

03/12/2009

RETURN

LE AZIENDE INNOVANO, I CONSUMATORI SCELGONO: ANCHE QUEST'ANNO IRI FORNISCE I DATI PER IL PREMIO ELETTO PRODOTTO DELL'ANNO

LE AZIENDE INNOVANO, I CONSUMATORI SCELGONO: ANCHE QUEST'ANNO IRI FORNISCE I DATI PER IL PREMIO ELETTO PRODOTTO DELL'ANNO I 30.000 consumatori del panel TNS che in questi giorni sono chiamati a valutare i prodotti selezionati per partecipare a Eletto Prodotto dell'Anno e ad eleggere quelli più innovativi, si trovano di fronte prodotti sempre più pratici, funzionali, ecologici ed ecocompatibili. Questo perché le aziende oggi propongono prodotti che rispondono sempre più a precise richieste dei consumatori e si impegnano ad educarlo a consumare in maniera più intelligente e rispettosa dell'ambiente.

Conciliare mass market e sostenibilità è una sfida che sia industria che distribuzione hanno colto. Il consumatore di oggi matura scelte consapevoli ed è disposto a pagare un premium price per soddisfare la ricerca dei valori in cui crede.

Quali saranno quindi i Prodotti dell'Anno 2010? Molti di questi saranno eco friendly, con un packaging ridotto o a basso impatto ambientale, realizzati con materiali riciclati o riciclabili. Le innovazioni di prodotto generano benefit non solo al consumatore e all'ambiente ma anche al trade perché si riducono i costi di logistica e di trasporto grazie a pack più leggeri e meno ingombranti.

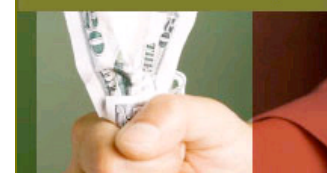
Il privilegio maggiore per i vincitori e' senza dubbio l'utilizzo del Logo di Eletto Prodotto dell'Anno, che certifica l'apprezzamento da parte dei consumatori che hanno eletto i prodotti e che genera **fiducia** negli altri consumatori. Il vantaggio competitivo per i prodotti del largo consumo e' spesso dato dal presidio nel punto vendita. Il Logo di Eletto Prodotto dell'Anno – che ha ormai raggiunto un'awareness del 59% (fonte TNS 2008)- riportato sulla confezione, 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 di 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.

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

RECEIVE IRI NEWS

PRODOTTI CORRELATI

Private Label Global Report



New insights into shifting consumer shopping and purchase behavior in private labels and resulting opportunities and risks
[Learn more](#)

INSIGHT CORRELATE

Promotion Effectiveness



Promotions are no longer effective as they were. What the last fifteen years has revealed about the changing dynamics of marketing promotions in FMCG
[Read the insight](#)