

Svelati i 61 Prodotti dell'Anno 2021 con un video animato dal Milanese Imbruttito ¹¹ ₁₉



Appuntamenti Svelati i 61 Prodotti dell'Anno 2021 attraverso un video animato dal Milanese Imbruttito

Tra le novità di quest'anno l'assegnazione di menzioni speciali per i prodotti e servizi più sostenibili per valorizzare i grandi traguardi raggiunti dalle aziende

Eletto Prodotto dell'Anno ha svelato online su prodottodellanno.it e sulle pagine social del Premio, i 61 prodotti e servizi eletti attraverso un divertente video animato da Germano Lanzoni, noto al grande pubblico come attore del collettivo Il Milanese Imbruttito. Il Premio nato in Francia nel 1987 e giunto alla 16a edizione italiana, è un marchio prestigioso, presente in oltre 45 Paesi al mondo e rappresenta un simbolo riconosciuto dai consumatori che ogni anno si fidano del Logo di Prodotto dell'Anno per orientare i propri acquisti sui prodotti e servizi più nuovi e innovativi. Votati da 12.000 consumatori italiani attraverso un'indagine online svolta da IRI, realtà leader nelle ricerche di mercato, i prodotti selezionati possono fregiarsi per un anno del rinomato Logo che rappresenta innovazione e soddisfazione, i due criteri fondamentali che hanno portato i consumatori a scegliere ciascuno dei prodotti e dei servizi premiati.

L'indagine

La ricerca evidenzia come, nonostante nell'ultimo anno sia cambiato il modo di consumare e di spendere, i consumatori siano sempre più propensi a sperimentare nuovi prodotti e servizi (85%); l'innovazione si conferma il valore chiave e l'asset fondamentale su cui puntare in ogni settore. Inoltre quest'anno particolare at-



tenzione è rivolta alla sostenibilità. "La sostenibilità è il tema centrale del terzo millennio. Non c'è impresa che non ne sia stata coinvolta e non abbia ripensato e modificato il suo modello aziendale per migliorare il suo impatto ambientale - dichiara Simonetta Flores, Fondatrice e Ceo di Eletto Prodotto dell'Anno in Italia -. Per questo Eletto Prodotto dell'Anno ha deciso di valorizzare i Prodotti dell'Anno più sostenibili con una menzione speciale per valorizzare i grandi traguardi raggiunti dalle aziende". L'88% dei consumatori conosce Eletto Prodotto dell'Anno e l'87% si fida del Logo. Oggi non è sufficiente essere conosciuti, bisogna ispirare piena fiducia per essere scelti e consigliati: il passaparola è la forza del Premio, ed è per questo che il 73% dei consumatori preferisce acquistare un prodotto con il Logo di Prodotto dell'Anno. L'opinione degli altri consumatori è un forte «influencer» per i nuovi prodotti e servizi. Infatti, l'85% dei consumatori è molto più disposto ad acquistare un prodotto/servizio se questo è stato consigliato da altri consumatori, amici, parenti (+4% rispetto allo scorso anno).

I prodotti eletti

Premiati 61 prodotti e servizi innovativi: dal food & beverage, ai prodotti per la casa e per la cosmesi, dal finance al tech. Tra le categorie merceologiche dell'edizione 2021 del Premio, il food resta il comparto più rappresentato con il 31% degli eletti, seguono i prodotti farmacia (16%), la cura della casa (15%), il non food (15%), i servizi (13%) e il personal care (10%).

Tendenze di consumo

Siamo diventati consumatori più virtuali, attenti al nostro tempo e all'ambiente. I consumi 2021 si concentrano su casa, salute, digital e cibo, che si conferma ancora una volta metafora dell'Italia e degli italiani. Gli acquisti privilegiano alimenti prodotti con materie prime italiane, naturali e sostenibili oltre che con ingredienti freschi. Il tema della sostenibilità, ben presente in molte categorie, si conferma uno degli hot topic del momento non solo nel mondo del largo consumo, ma anche per gli italiani, rappresentando un valore profondo e un impegno quotidiano, fatto di scelte concrete e consapevoli.

I prodotti eletti amici dell'ambiente

Tra i prodotti eletti amici dell'ambiente troviamo Acqua Fiuggi con packaging sostenibile composto per oltre il 70% da materie prime vegetali, Caffè Borbone con la nuova Cialda Compostabile con incarto riciclabile, Tempo Natural & Soft fazzoletti con una esclusiva formulazione con 100% di fibre biodegradabili e di origine naturale, Nivea Naturally Good nella categoria cosmesi naturale con formule realizzate con ingredienti naturali e pack riciclabili, Nonno Nanni Stracchino con confezione 100% compostabile e biodegradabile, Ventura Scorta Verde frutta secca con incarto completamente biodegradabile e compostabile, Carte D'Or Affogati con vaschetta di carta interamente compostabile e riciclabile, Flowe il nuovo conto online di Mediolanum che si prende cura del pianeta anche offrendo una carta di credito in legno, Insalate Dimmidisi un Sacco Green con pack biodegradabile e compostabile in bioplastica e Bio-Table prima linea ecologica italiana di stoviglie monouso, biobased, compostabili, biodegradabili, derivata da materiali vegetali rinnovabili.

Servizi finance e prodotti tech

Sono servizi che assicurano un alto livello di innovazione quelli eletti in questa edizione. Praticità, sviluppo tecnologico e soluzioni sempre più smart sono gli obiettivi delle aziende in questo settore che, semplificando la vita degli utenti, propongono e sperimentano nuovi format in grado di cogliere le trasformazioni del mercato e i nuovi atteggiamenti di consumo pronti a diventare facili abitudini. Come l'App Unicredit U Book ▶

eletta nella categoria Servizi Customer Service che consente ai propri clienti di prenotare e modificare in modo smart i propri appuntamenti, AXA Blue Protection distribuito da Amex nella categoria Servizi Assicurativi con 8 moduli a scelta per la protezione della vita privata, Intesa San Paolo Smart Save nella categoria Servizi Investimenti Web, Postepay Digital nella categoria Servizi Pagamenti Smart e Flowe start up e società benefit del Gruppo Mediolanum, nella categoria dei Servizi Finanziari che offre un e-banking multifunzione green.

Food

Con riferimento agli acquisti alimentari, si è assistito ad una polarizzazione di comportamenti: da un lato, è emersa una maggiore attenzione ai prezzi dei prodotti e alla pianificazione degli acquisti

evitando gli acquisti impulsivi; allo stesso tempo, sono aumentati anche gli acquisti dei prodotti di marca, testimonianza di una ricerca della qualità e di prodotti con standard elevato. Tra gli eletti le nuovissime Sottilette Fume' con scamorza, la linea Bio e Senza glutine di Dr. Schär - Schaer Linea Bio e Galbani Mix Perfetto la nuova gamma di affettati che combinano salumi e formaggi Galbani. Si mantiene elevata e stabile anche nel 2020 la predisposizione a riconoscere un premium price se il prodotto soddisfa pienamente le attese dei consumatori (72% dei consumatori). Dietro questa attitudine non c'è solo la voglia di rispettare l'ambiente ma anche un senso di dovere etico, di responsabilità verso le generazioni future e il bisogno di acquistare prodotti più sicuri per la propria salute.

Igienizzanti Casa e Persona

Un tema da sempre importante ma che, in questo periodo, è diventato prioritario per gli italiani particolarmente sensibili alle esigenze di igiene e sicurezza, riguarda i prodotti che evidenziano in etichetta il loro effetto contro germi e batteri. Tra gli eletti 2021 Omio Bianco Additivo Igienizzante rimuove germi e batteri e neutralizza i cattivi odori e Amuchina Gel X-GERM gel antiseptico, studiato per disinfettare a fondo la pelle delle mani.

Integratori e Prodotti Farmacia

Sempre più aziende puntano sul tema della salute e del benessere personale. Tra i prodotti eletti Meritene Immuno nella categoria Integratori Sistema Immunitario e Vitamina D3, con l'innovativa tecnologia IBSA FilmTec nella cate-

goria integratori vitamina D per il normale funzionamento del sistema immunitario e la salute delle ossa. Innovativo nel formato, Cereal Barrette nuovi integratori/snack per il benessere con ingredienti naturali e buoni da mangiare.

I partner

Numerosi sono i Media Partner che garantiranno visibilità a tutti i prodotti eletti sui loro mezzi: L'Economia del Corriere della Sera - Cairo RCS Media, Donna Moderna - Mediamond, Mark Up, GDOWeek, Daily Media, Distribuzione Moderna, Shopfully, Catalina Marketing, Everly, Supermall by Avip, Carrefour Italia, Defi Italia, Groupalia, Kuvut, FluidNext e Tunnel Motion. IAB, IAA, UPA, AICE, UNA, GS1 Italy e Osservatorio Immagino hanno patrocinato la premiazione.