Afbeelding met tekst

Automatisch gegenereerde beschrijving

**Élu produit de l'année a généré une augmentation de 32 % des ventes !**

**Et pour BIC**® **Hybrid 3 Flex et BIC**® **Hybrid 5 Flex lauréats en 2022 qu’en attendre ?**

*Un nouveau sacre des consommateurs Belges pour les rasoirs innovants de BIC*®

Bruxelles, le 3 mars 2022 - **Fin janvier, l'organisation Élu Produit de l’Année a révélé les produits primés pour la Belgique. Pas moins de 49 produits ont été plébiscités par les consommateurs cette année. Une fois de plus, les rasoirs BIC® ont su se distinguer en termes d'innovation. Ainsi, BIC® remporte ce titre tant convoité pour la seconde fois.**

BIC® a lancé la nouvelle gamme de rasoirs rechargeables en septembre 2021 et a immédiatement soumis sa candidature au concours Élu Produit de l'Année afin que les produits soient évalués par un grand nombre de consommateurs. La dernière innovation de BIC® s'est immédiatement démarquée et s'est imposée comme la grande gagnante de sa catégorie. Avec cette nouvelle gamme, BIC® répond à la demande croissante des consommateurs pour des rasoirs de qualité , rechargeables et respectueux de l'environnement. Et tout cela à un prix abordable.

Pour BIC®, le logo « Élu Produit de l’Année » c’est une expression du plébiscite des consommateurs pour ses performances. De plus, il souligne également l’ innovation qu’apporte le produit. C’est un atout important pour l'acquisition de nouveaux consommateurs, comme cela a été démontré plus tôt en 2020 lorsque le BIC® Flex 5 a également été « Élu Produit de l'année ».

Augustin Dubois, Product Manager Briquets & Rasoirs Benelux, fier de son trophée Élu Produit de l’Année 2022 explique pourquoi BIC® considère qu'il est important de participer au concours : « *La puissance du logo est un véritable plébiscite par et pour les consommateurs qui ont envie de découvrir nos nouveaux rasoirs. Combiné aux spécificités de notre nouvelle gamme BIC® Hybrid Flex, qui ont pleinement répondus aux principales attentes des consommateurs, nous sommes convaincus que le logo « Élu Produit de l’Année » nous permettra d'atteindre ou dépasser les résultats déjà excellents obtenus en 2020. L’utilisation du logo à ainsi séduit les consommateurs nous permettant de gagner en part de marché et de clôturer en croissance de +32% de notre chiffre d'affaires en sell-out.*

Philippe Gelder, President & CEO de Voted Product of the Year Worldwide, ne peut qu’être d’accord avec M. Dubois et explique où se situe la valeur ajoutée pour les gagnants du trophée Elu Produit de l’Année 2022 : *"En période d'incertitude, il est encore plus important de se distinguer et de fidéliser le consommateur dans un marché particulièrement dynamique et exigeant. Les produits gagnants sont uniques par catégorie spécifique et sont identifiés comme les produits les plus innovants évalués par des milliers de consommateurs qui ont réellement utilisé et testé le produit. Tout comme BIC®, tous nos lauréats font la différence car leurs produits ont su faire apprécier leurs innovations par les consommateurs toujours à l’affût des nouveautés. Il démontrent qu’ils ont donc, anticipé le besoin croissant de nouvelles expériences produits.*

Cette année encore, BIC® a donc été plébiscité par les consommateurs et peut donc utiliser le célèbre logo rouge vif dans toutes ses communications tout au long de l'année pour attirer davantage l'attention du public sur ses produits. À une époque où la confiance et les recommandations des consommateurs sont de plus en plus importantes, le logo offre aux marques une opportunité supplémentaire d'accroître leur visibilité en magasin et d'établir des liens significatifs avec les consommateurs.

Philippe Gelder : *« Le logo joue un rôle important en tant que guide vers les nouveautés . Il est reconnaissable et aide les consommateurs à faire le bon choix alors que l’abondance de l’offre les laissent souvent perplexes. Grâce au logo, les ventes des produits lauréats augmentent en moyenne de 25% et le nombre de nouveaux acheteurs augmente jusqu'à 260%. BIC® l'a bien compris et en 2020 et a merveilleusement bien utilisé le logo dans toutes ses campagnes publicitaires, sur les emballages et en magasin. Les résultats obtenus étaient donc très satisfaisants. Nous sommes convaincus que BIC® fera au moins aussi bien cette année avec la dernière récompense. Leur enthousiasme est de bonne augure. »*

**À propos d’Élu produit de l'année**

Élu Produit de l'Année, fondé en 1987, est à l'origine une initiative française. Depuis le printemps 2016, l'organisation est gérée depuis Bruxelles et cornaquée par Philippe Gelder. Actifs dans plus de 40 pays, ils connaissent les marché ou ils sont présents comme leur poche. Ils organisent le concours et mettent un ensemble efficace d'outils promotionnels à la disposition des lauréats, parallèlement à l’usage du logo « Élu Produit de l’Année». Grâce à l'étude, en collaboration avec NielsenIQ, les consommateurs comparent les produits innovants vendus en Belgique. Les gagnants, élu exclusivement par les consommateurs, peuvent utiliser le logo rouge pendant un an. Le logo est un outil puissant et efficace permettant aux marques de promouvoir les innovations.

**Note à l'éditeur (pas pour publication) :**

Pour plus d'information veuillez contacter

Philippe Gelder – Président & CEO Voted product of The Year Worldwide.

Tél.: +32 475 26 56 97  
Email: [philippe.gelder@poyworldwide.com](mailto:philippe.gelder@poyworldwide.com)

**Information presse:**

Square Egg Communications, Sandra Van Hauwaert, [sandra@square-egg.be](mailto:sandra@square-egg.be), GSM 0497251816.