Afbeelding met tekst

Automatisch gegenereerde beschrijving

**Gekozen Product van het Jaar zorgde voor een groei van 32% in effectieve verkoop!**

**Zal het ook zo zijn voor BIC® Hybrid 3 Flex en BIC® Hybrid 5 Flex in 2022?**

*Opnieuw lauweren Belgische consumenten de innovatieve scheermessen van BIC*®

Brussel, 3 maart 2022 - **Eind januari maakte de organisatie Gekozen Product Van Het Jaar de gelauwerde producten voor België bekend. Dit jaar vielen maar liefst 49 producten in de prijzen. Opnieuw konden de scheermessen van BIC® zich onderscheiden op vlak van innovatie. Hiermee sleept BIC® al voor de tweede maal deze felbegeerde titel in de wacht.**

BIC® lanceerde het nieuwe gamma navulbare scheermessen in september 2021 en diende meteen zijn kandidatuur in bij Gekozen Product van het Jaar om de producten door een groot aantal consumenten te laten beoordelen (meer dan 10.000 in België). De meest recente innovatie van BIC® wist zich meteen te onderscheiden en kwam in zijn categorie als grote winnaar uit de bus. Met het nieuwe gamma geeft BIC® antwoord op de toenemende consumentenvraag naar scheermessen met navulmesjes van topkwaliteit die minder belastend zijn voor het milieu. En dat allemaal tegen een betaalbare prijs.

Bij BIC® bevestigt het logo “Gekozen Product van het Jaar” de erkenning van de prestaties van de producten door zijn gebruikers. Daarnaast onderlijnt het ook de toegevoegde waarde van innovatie op de markt. Bovendien is het een belangrijke troef voor de werving van nieuwe consumenten, zo bleek eerder in 2020 toen de BIC® Flex 5 ook tot “Gekozen Product van het Jaar” werd verkozen.

Augustin Dubois, Product Manager Lighters & Shavers Benelux, legt uit waarom BIC® het belangrijk vindt om deel te nemen en vervolgens ook trots is erkend te worden als “Gekozen Product van het Jaar” in Belgïe:

*“De kracht van het logo is een echte prestatiegarantie voor consumenten die onze nieuwe scheerapparaten willen ontdekken. In combinatie met de argumenten van ons nieuwe BIC® Hybrid Flex-assortiment, die voldoen aan de belangrijkste verwachtingen van de consument zijn we ervan overtuigd dat het “Gekozen Product van het Jaar”-logo ons in staat zal stellen de uitstekende resultaten gerealiseerd in 2020 te overtreffen. Het gebruik van het logo sprak de consumenten aan, waardoor wij marktaandeel konden winnen en met een groei van +32% van onze omzet in sell-out konden afsluiten.”*

Katia Vaneecke, Director Operations Support van Voted Product of the Year Wordwide, treedt de heer Dubois bij en legt uit waar de meerwaarde zit voor de winnaars van het “Gekozen Product/Huismerk van het Jaar 2022”: *“In onzekere tijden is het nog belangrijker om zich te onderscheiden en de consument in een bijzonder dynamische en uitdagende markt aan zich te binden. De winnaars zijn uniek per categorie en worden als meest innovatief beoordeelde producten aangeduid door duizenden consumenten die het product ook daadwerkelijk hebben gebruikt en getest. Net zoals BIC® maken al onze winnaars het verschil omdat zij met hun producten goed inspelen op snel veranderende consumentenbehoeften, anticiperen op de groeiende behoefte aan een bijzondere klantbeleving en wensen van de consumenten.”*

Ook dit jaar mag BIC® de eretitel vieren en het hele jaar door het felrode logo gebruiken in al zijn communicatie-uitingen om hun producten extra onder de aandacht van het winkelende publiek te brengen. In een tijd waarin consumenten vertrouwen en bevestiging alsmaar belangrijker vinden, biedt het logo de merken een extra mogelijkheid om hun zichtbaarheid op de winkelvloer te vergroten en betekenisvolle verbindingen te maken met de consument.

Katia Vaneecke: *“Het logo speelt een belangrijke rol als stempel voor innovatie. Het is herkenbaar en helpt consumenten bij het maken van de juiste keuze uit het grote productenaanbod. Door de goede zichtbaarheid van het logo stijgt de effectieve verkoop van de producten met gemiddeld 25% en neemt het aantal nieuwe kopers tot wel 260% toe (volgens GFK-studie). BIC® heeft dit goed begrepen en gebruikte in 2020 het logo fantastisch goed in al zijn reclamecampagnes, op verpakkingen en op de winkelvloer. De geboekte resultaten waren dan ook heel bijzonder. We zijn ervan overtuigd dat BIC® het dit jaar minstens even goed zal doen met de nieuwste bekroning.”*

**Over Voted Product of the Year**

Gekozen Product van het Jaar, opgericht in 1987, is van oorsprong een Frans initiatief. Sinds het voorjaar van 2016 wordt de organisatie aangestuurd vanuit Brussel door Philippe Gelder, Voorzitter en CEO. De organisatie is actief in meer dan 40 landen en kent de lokale markt door en door. Zij organiseren er de productverkiezing en stellen een effectief pakket promotiemiddelen aan de winnaar beschikbaar, inclusief het gebruik van het logo ‘Gekozen Product van het Jaar’. In het onderzoek, in samenwerking met NielsenIQ, vergelijken consumenten innovatieve producten die verkocht worden in België. De winnaars, die 100% door consumenten worden gekozen, mogen een jaar lang het rode logo voeren. ‘Gekozen Product van het Jaar’ is een tool voor merken om innovaties te promoten en omzet te genereren, maar dan wel door uitsluitend de consument aan het woord te laten. ‘Gekozen Product van het Jaar’ is 100% objectief dankzij jaarlijkse forse investeringen in onafhankelijk marktonderzoek. Voor meer informatie: <https://www.poybelgium.com/nl/>

**Noot aan de redactie (niet voor publicatie):**

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met  
Philippe Gelder – President & CEO Voted product of The Year Worldwide.

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

**Persinformatie:**

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