

**Gekozen Product/Huismerk van het Jaar 2022
lauwert 49 producten in België**

*Voor het 14e jaar op rij onderscheiden duizenden consumenten tal van innovatieve producten in België*

Brussel, 18 januari 2022 – **Voor het veertiende jaar op rij hebben meer dan 10.000 Belgische consumenten tal van innovatieve producten getest en geëvalueerd in het unieke concept ‘Gekozen Product van het Jaar’ en ‘Gekozen Huismerk van het Jaar’. Het onafhankelijke onderzoeksinstituut NielsenIQ voerde het onderzoek en integreerde de real life testing resultaten die door de treetz mobiele app werden gerealiseerd.**

In totaal 49 producten, zowel huismerken als nationale merken, konden zich onderscheiden en werden vervolgens bekroond voor hun innovaties. De winnaars van deze eretitel mogen het hele jaar door het felrode logo gebruiken in al hun 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, Director Operations Support van Voted Product of the Year Wordwide, 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 van het ‘Gekozen Product/Huismerk van het Jaar’ hebben die uitdagingen succesvol omgezet in originele verdienmodellen en concepten, waarmee zij nieuwe betekenisvolle verbindingen hebben gelegd met de consument. Net omdat die consument volledig onafhankelijk, dus zonder het vergaren van stemmen door de merken zelf of hun fans, heeft bepaald wie als winnaar uit de bus komt, geeft dat voor winkelbezoekers een extra impuls aan het vertrouwen in deze producten.”*

**Onderzoek door NielsenIQ en real life testing door treetz**

Tientallen merken en retailers hebben het voorbije jaar hun innovaties opgestuurd om die in reële consumptiesituaties te laten beoordelen. Enkel recent gelanceerde producten, die sinds januari 2020 op de markt verkrijgbaar waren, kwamen in aanmerking.

Consumenten hebben de producten onder meer beoordeeld op hun vernieuwende karakter, aantrekkelijkheid en de aankoopintentie. Innovaties hadden onder meer te maken met het product zelf, het recept, de productiewijze of de verpakking. Het perceptieonderzoek, inclusief de producttesting in een reële thuissituatie (de tester gaat naar de winkel, koopt het product aan en test het thuis uit waarna hij/zij het product beoordeelt en de cash back ontvangt na de volledige beoordeling van het product), werd in een eerste fase uitgevoerd onder leiding van het gerenommeerde en onafhankelijke onderzoeksbureau NielsenIQ. Het tevredenheidsonderzoek tijdens de testing fase lag in handen van treetz en werd door NielsenIQ geconsolideerd.

**Bekroonde en beloonde winnaars**

De winnaars zijn uniek per categorie en worden als meest innovatief beoordeelde producten aangeduid door duizenden consumenten. Die winnaars maken 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.

Winnaars van deze eretitel mogen het hele jaar door het felrode logo van het kwaliteitskeurmerk gebruiken in al hun reclamecampagnes, op verpakkingen en op de winkelvloer om hun producten extra onder de aandacht van het winkelende publiek te brengen. Katia Vaneecke: *“Het logo in het beeldmerk van de verkiezing speelt een belangrijke rol als kwaliteitsstempel. Het logo 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.”*

**Methodologie**

In de onafhankelijke studies worden producten met soortgelijke nieuwe producten uit die categorie vergeleken in een streng competitief universum.

De evaluatie kent een perceptieonderzoek met minimaal 500 consumenten binnen de doelgroep om de producten te beoordelen op aantrekkelijkheid, nieuwigheid en koopintentie en een tevredenheidsonderzoek bij minimaal 120 gezinnen. Dit wordt gerealiseerd door NielsenIQ en treetz. Voor de producttesting kopen consumenten het product aan in de winkel en testen het vervolgens in een reële gebruikerssituatie.

Meer info: <https://www.poybelgium.com/nl/het-concept/de-werkwijze/>

**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 POY GROUP N.V. en zijn filialen. Actief in meer dan 40 landen, kennen hun lokale markt op hun duimpje. Zij organiseren de productverkiezing en stellen een effectief pakket promotiemiddelen aan de winnaar beschikbaar, inclusief gebruik van het logo ‘Gekozen Product van het Jaar’. In het onderzoek, in samenwerking met NielsenIQ, vergelijken consumenten innovatieve producten die verkocht worden door Belgische retailers. De winnaars, die 100% door consumenten 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

Persinformatie:

Square Egg Communications, Sandra Van Hauwaert, sandra@square-egg.be, GSM 0497251816.

**Gekozen Product/Huismerk van het Jaar 2022: de winnaars**

****