



Consumidores elegem os produtos do ano

A máquina de cerveja à pressão Super Bock XpresS da Flama, a gama de jardim New Generation da Einhell, os abrasivos Sandblaster da 3M e a gama de sacos para gelo da Silvex foram escolhidos por cinco mil consumidores como Produto do Ano. A quarta edição do Grande Prémio de Marketing e Inovação "Produto do Ano", iniciativa da Peres & Partners que premeia e distingue a inovação em produtos de grande consumo, reconheceu os cerca de 50 produtos distribuídos por três grandes grupos de categorias (Alimentar, Higiene Pessoal/Cosmética e Higiene/Manutenção do Lar) que, durante um ano, vão poder utilizar o logótipo Produto do Ano.



Em Portugal, esta eleição decorre desde 2005 e, desde então, já premiou e distinguiu 180 produtos num total de 360 a concurso. Portugal atingiu mesmo um recorde de categorias de Produto do Ano na Europa.

A decisão sobre os produtos cabe aos consumidores, através de um estudo realizado pela TNS. Na edição deste ano, a consultora concluiu que 53 por cento dos portugueses consideram não existir produtos novos e que os consumidores estão menos dispostos a pagar mais por um produto novo. Mesmo assim, 74 por cento dos inquiridos manifestam essa vontade, o que, na opinião de Paulo Caldeira, da TNS, é um indicador da importância de tornar a inovação mais evi-



dente ao consumidor.

A entrega dos galardões decorreu na noite de 18 de Fevereiro, numa cerimónia no Casino de Lisboa. Pela parte da Flama, Joaquim Alves, director geral, recebeu o troféu que reconhece a inovação do produto, enquanto Rui Alves, director geral da Einhell, repetiu o gesto de 2007, acolhendo mais um troféu. A Nestlé, com quatro prémios, foi o grande vencedor na categoria Alimentar, enquanto a Beiersdorf Portuguesa foi a empresa mais votada pelos consumidores portugueses, que elegeram seis dos seus vários produtos a votação, todos na área de Higiene Pessoal e Cosmética. Os vencedores na edição deste ano ganham agora o direito de utilização do logótipo Produto do Ano para utilização nos seus suportes de comunicação, incluindo packaging, publicidade e outros suportes promocionais, durante os próximos 12 meses. Segundo a Peres & Partners, em média, os vencedores do Produto do Ano conseguem crescimentos de vendas entre 10 e 40 por cento, graças ao impacto da utilização do selo Produto do Ano.

Na edição deste ano, a consultora concluiu que 53 por cento dos portugueses consideram não existir produtos novos e que os consumidores estão menos dispostos a pagar mais por um produto novo. Mesmo assim, 74 por cento dos inquiridos manifestam essa vontade, o que, na opinião de Paulo Caldeira, da TNS, é um indicador da importância de tornar a inovação mais evidente ao consumidor





Categoria Pequenos Domésticos

A Super Bock XpresS é um sistema de cerveja à pressão para uso doméstico, composto por equipamento de extracção à pressão e barril de cerveja Super Bock de cinco litros, em PET tara perdida. Uma parceria Flama/Unicer, esta máquina é muito fácil de usar, pois possui uma verdadeira torneira de pressão. Basta puxar o manipulo, inclinar o copo e controlar a espuma.



Categoria Jardim

A gama de jardim New Generation da Einhell inclui a máquina corta-relva EM 1650, com motor de 1.600 watts e uma lâmina de 42 centímetros, pronta a trabalhar assim que se tira da caixa, o corta-sebes NHS 700, com lâmina de 60 centímetros de comprimento útil, movida por um motor de 710 watts, e o aparador de relva NRT 530/1, com 500 watts de potência, múltiplas regulações e um comprimento de corte de 30 centímetros.



Categoria Bricolage

A Sandblaster da 3M é uma nova geração de abrasivos, que pode ser usada em qualquer superfície. Resistente ao calor e lavável, a Sandblaster dura até sete vezes mais. Os seus punhos permitem girar para várias posições, têm cores vivas e formatos ergonómicos.



Categoria Utilidades Domésticas

Os sacos para gelo Silvex, com fecho automático, permitem obter gelo em palito, cubos de gelo, gelo picado e gelo para whisky.

