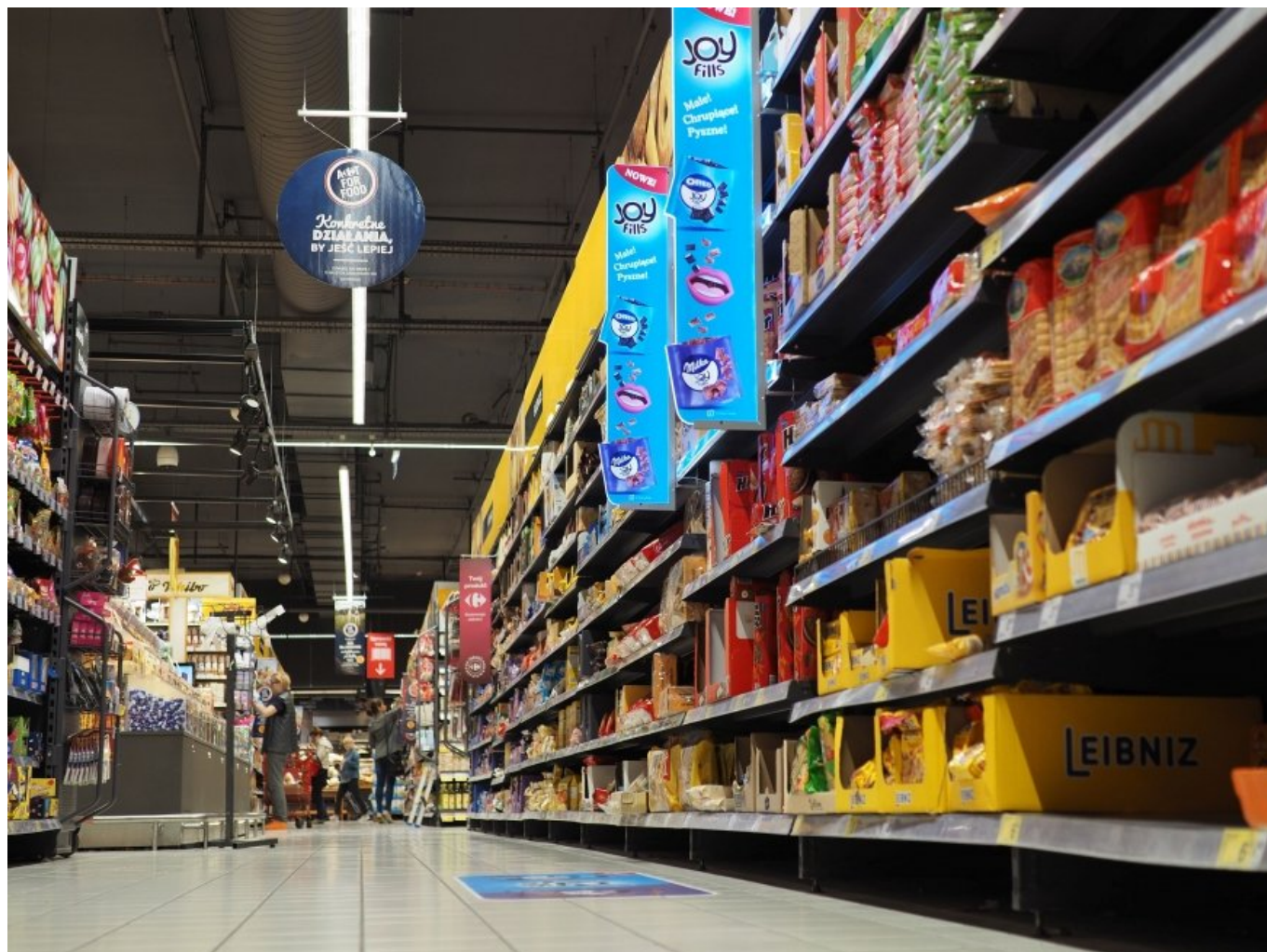


## Nielsen wskazał największe innowacje na rynku FMCG

data aktualizacji: 2019.10.30



**Napój Fuzetea od firmy Coca-Cola, lody Big Milk Intense od Unilevera oraz pasta do zębów Colgate Natural Extracts Charcoal produkowana przez Colgate-Palmolive to według Nielsen najbardziej przełomowe innowacje w Polsce w 2018 roku. Agencja po raz pierwszy tak kompleksowo zbadała rynek nowości produktowych FMCG w 15 makro kategoriach. Laureaci prezentowani w raporcie "Breakthrough Innovation Poland 2018" uzyskali najwyższą miesięczną sprzedaż i zdobyli uznanie konsumentów.**

- Innowacja się opłaca. W Stanach Zjednoczonych, które liczą ponad 120 mln gospodarstw domowych i mają największy potencjał, najlepsze innowacje mogą już w pierwszym roku obecności na rynku wygenerować przychód przewyższający 50 mln dolarów. Na dużych rynkach Europejskich takich jak Wielka Brytania, Niemcy, czy Francja za naprawdę udaną innowację uznaje się produkt którego wartość sprzedaży w pierwszym roku przekracza 10 mln euro. Polski rynek innowacji jak najbardziej może być porównywany z rynkami Europy Zachodniej, a na tle regionu to właśnie u nas innowacje sprzedają się najlepiej. Wyższa niż regionalna średnia wartość sprzedaży wynika z wielkości rynku i liczby gospodarstw domowych, ale pokazuje również poziom rozwoju

ekonomicznego kraju i skłonność Polaków do kupowania nowych produktów - mówi Karolina Zajdel-Pawlak, dyrektor zarządzająca Nielsen Connect w Polsce.

Potwierdzeniem tego są produkty, które trafiły na podium raportu Nielsena: napój Fuzetea osiągnął średnią miesięczną sprzedaż na poziomie 9,3 mln PLN, lody Big Milk Intense - 7,5 mln PLN, a pasta do zębów Colgate Natural Extracts Charcoal - 0,6 mln PLN. Wśród laureatów raportu znaleźli się również: baton Knoppers, chipsy Wiejskie Ziemniaczki Ciosane, piwo Somersby Watermelon, wino Carlo Rossi Refresh, kawa Jacobs Barista Edition, jogurty Activia Siemię Lniane, płatki śniadaniowe Lion WildCrush, mus owocowy Tymbark Mus 100% owoców, Aryzta bagietka z masłem czosnkowym, tusz do rzęs L'Oreal Unlimited, linia produktów do prania E Aromatherapy, ręcznik papierowy Almusso Lemon XXL.

## **Metodologia**

Wybór najlepszych nowych produktów oparty został na dwóch równoważnych obszarach: wartości sprzedaży produktów oraz ich postrzeganiu przez konsumentów.

Obszar sprzedażowy uwzględnia wszystkie nowości danych marek, dostępnych w sprzedaży w placówkach detalicznych w Polsce w 2018 roku. Najlepsze nowości zostały pogrupowane w 15 makro kategorii spożywczych i przemysłowych. Dla każdego z nowych produktów została wyliczona średnia miesięczna sprzedaż wartościowa dla okresów, w których produkt był dostępny w 2018 roku. W ramach każdej z 15 makro kategorii zostały następnie wybrane top 2 lub 3 nowości pod względem wartości średniej miesięcznej sprzedaży. 40 tak wytypowanych produktów zostało następnie skierowanych do badania konsumenckiego. W badaniu online z wykorzystaniem metodologii Quick Screen konsumenci oceniali produkty pod kątem dwóch czynników: unikalności oraz stopnia zaspokojenia potrzeb. Komentarze zebrane w trakcie badania stały się źródłem dodatkowych informacji na temat innowacji. Konsumenci najczęściej doceniali zachęcające do zakupu opakowanie, atrakcyjne etykiety, przyjemność i łatwość używania produktów. Finalny ranking w obszarze konsumenckim oparty został o łączny rezultat z obydwu badanych obszarów. Powstał on jako ważona suma wyniku postrzeganej unikalności produktu (35%) oraz zaspokojenia potrzeb (65%).

Zwycięskie produkty w poszczególnych 15 makro kategoriach zostały wybrane poprzez zsumowanie ich pozycji w części sprzedażowej oraz konsumenckiej i w ten sposób stworzyły finalny ranking najbardziej przełomowych innowacji roku 2018 w Polsce.

## **Znaczenie innowacji**

Każdego roku na rynku pojawiają się tysiące nowych artykułów FMCG. Producenci prześcigają się we wprowadzaniu nowych smaków czy wariantów swoich produktów, zmieniają wielkości, kolory i formy opakowań, poprzez reklamę zachęcają do zakupu obiecując konsumentom nowe korzyści. Jednak prawdziwa innowacja musi spełniać kilka warunków.

- Przełomowe innowacje według Nielsen BASES to zupełnie nowe, unikalne produkty, znacznie lepsze od istniejących dotychczas, oferujące rozwiązania zmieniające zachowania i zwyczaje zakupowe konsumentów jednocześnie odpowiadając na ich potrzeby. Takie produkty zajmują trwałe miejsce na rynku przynosząc ich producentom sukces finansowy i dają im dodatkowe narzędzia, by skutecznie konkurować na rynku - mówi Marek Rudek, Innovation Business Partner w Nielsen BASES.

Nielsen BASES, dział dedykowany wsparciu producentów w rozwijaniu innowacji FMCG, wyróżnia 6 typów udanych innowacji:

- **Superstars** to nowości atrakcyjne dla bardzo szerokiego grona potencjalnych nabywców, z potencjałem do zwiększenia sprzedaży nie tylko danej marki, ale i całej kategorii,
- **Brand Growers** to nowości, niekoniecznie przełomowe, o dużym zainteresowaniu, zdolne znacząco wpłynąć na wielkość i udział sprzedaży danej marki poprzez podkradanie konsumentów konkurencji,
- **Crowd Pleasers** mają duży potencjał sprzedażowy ale ich zdolność do zwiększania sprzedaży marki jest niewielka, gdyż większość sprzedaży zabiorą innym produktom z własnego portfolio, mają duży potencjał do zastąpienia słabiej radzących sobie SKU,
- **Short-term Players** to produkty sezonowe, edycje limitowane, czy wszystkie inne taktyczne nowości, które kreują wolumen w krótkim okresie,
- **Emerging Players** to innowacje, które tworzą nowy lub włączają się w nurt nowego trendu, grupa zainteresowanych nimi konsumentów jest jeszcze stosunkowo niewielka, ale mają one szanse na zdyskontowanie rosnącego trendu w przyszłości,
- **Targeted Plays** adresowane są do węższego, ściśle określonego grona odbiorców, przez co ich potencjał sprzedażowy jest ograniczony, ale przy odpowiednio prowadzonej strategii marketingowej mogą przynieść wymierne korzyści finansowe.

Breakthrough Innovation Nielsen to przegląd najważniejszych nowości branży FMCG publikowany od 2012 roku w Stanach Zjednoczonych i od 2013 roku na największych rynkach krajów Europy Zachodniej. W ostatnich latach powstały również raporty dla Rosji i Turcji.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/nielsen-wskazal-najwieksze-innowacje-na-ryнку-fmcg,58128>