

Załącznik nr 1 do Regulaminu badania konsumenckiego

„Najlepszy Produkt – Wybór Konsumentów 2018”

LISTA KATEGORII*

SPOŻYWCZE:

1. Soki, nektary, syropy
2. Napoje niegazowane
3. Napoje gazowane
4. Wody i wody smakowe
5. Wody i napoje dla dzieci
6. Napoje energetyczne
7. Napoje izotoniczne i funkcjonalne
8. Herbaty i zioła
9. Kawy i mixy kawowe
10. Piwa i piwa specjalne
11. Miksy piwne
12. Wódki czyste i smakowe
13. Whisky, rum
14. Wina (wina aromatyzowane, wina musujące, wermuty)
15. Wyroby cukiernicze (draże, karmelki, gumy do żucia)
16. Cukierki miękkie, żelki, pianki, galaretki
17. Wafle i batony
18. Tabliczki czekoladowe
19. Praliny, bomboniere, cukierki czekoladowe
20. Ciasta, ciastka, wafle familijne, pierniki
21. Przekąski słodkie
22. Przekąski słone
23. Przekąski fit
24. Bakalie i mixy bakaliowe
25. Żywność dietetyczna
26. Żywność funkcjonalna
27. Żywność dla dzieci
28. Produkty śniadaniowe
29. Serki kanapkowe
30. Sery twarde
31. Mleko, kefiry, maślanki
32. Jogurty i desery mleczne
33. Lody
34. Mrożonki owocowo-warzywne
35. Mrożone dania gotowe
36. Dania gotowe i garmażeryjne
37. Dania instant i fixy
38. Przyprawy i marynaty

39. Sosy, ketchupy, majonezy
40. Przetwory warzywno-owocowe
41. Tłuszcze
42. Produkty do pieczenia ciast
43. Desery instant
44. Produkty sypkie
45. Makarony
46. Parówki
47. Kabanosy
48. Kiełbasy
49. Wędliny
50. Pasztety i konserwy
51. Ryby i przetwory rybne
52. Produkty dla zwierząt
53. OTC
54. Innowacja roku spożywcza
55. Inne spożywcze**

CHEMICZNE:

56. Uniwersalne środki czystości
57. Specjalistyczne środki czystości
58. Produkty do prania
59. Produkty do płukania
60. Artykuły higieniczne
61. Artykuły do higieny jamy ustnej
62. Artykuły gospodarstwa domowego
63. Inne chemiczne**

KOSMETYCZNE:

64. Kosmetyki pielęgnacyjne do twarzy dla kobiet (kremy, serum, olejki, maseczki, inne)
65. Kosmetyki pielęgnacyjne do twarzy dla mężczyzn (kremy, inne)
66. Kosmetyki do demakijażu (mleczka, toniki, płyny micelarne)
67. Artykuły higieniczne do demakijażu (chusteczki, płatki, patyczki)
68. Kosmetyki ochrony przeciwsłonecznej
69. Kosmetyki do ciała (balsamy, maśta, olejki, peelingi, inne)
70. Kosmetyki modelujące do ciała (wyszczuplające, antycellulit)
71. Kosmetyki do ciała body make-up
72. Kosmetyki do depilacji twarzy i ciała
73. Produkty i akcesoria do golenia dla kobiet (kosmetyki i akcesoria do golenia)
74. Produkty do golenia i po goleniu dla mężczyzn (kosmetyki i akcesoria do golenia)
75. Kosmetyki do pielęgnacji dłoni i stóp
76. Kosmetyki do kąpieli i pod prysznic
77. Kosmetyki do mycia ciała i włosów dla mężczyzn (2w1, 3w1)
78. Produkty do higieny intymnej (żele, płyny, chusteczki odświeżające)
79. Dezodoranty i antyperspiranty damskie

80. Dezodoranty i antyperspiranty męskie
81. Wody toaletowe damskie
82. Wody toaletowe męskie
83. Szampony i odżywki do włosów damskie i rodzinne
84. Olejki do włosów
85. Kosmetyki do stylizacji włosów
86. Kosmetyki do koloryzacji włosów
87. Tusze, odżywki i produkty do stylizacji rzęs
88. Kosmetyki do stylizacji i koloryzacji brwi
89. Cienie do powiek
90. Palety do makijażu
91. Balsamy, peelingi, pomadki ochronne do ust
92. Kosmetyki do makijażu ust (szminki, pomadki, błyszczki, konturówki do ust)
93. Fluidy, pudry, bazy pod makijaż, kremy BB
94. Produkty do konturowania twarzy (bronzery, rozświetlacze, korektory, róże)
95. Kredki do oczu i eyelinery
96. Zdobienie paznokci (lakiery, emalie, szablony, sztuczne paznokcie, top coaty)
97. Pielęgnacja paznokci (odżywki, oliwki do paznokci, kremy do skórek, akcesoria, inne)
98. Zmywacze do paznokci
99. Kosmetyki dla dzieci
100. Kosmetyki apteczne – do twarzy
101. Kosmetyki apteczne – do włosów
102. Kosmetyki apteczne – do pielęgnacji ciała
103. Kosmetyki apteczne – do mycia ciała
104. Kosmetyki apteczne – do wyszczuplania ciała
105. Kosmetyki naturalne – do twarzy
106. Kosmetyki naturalne – do włosów
107. Kosmetyki naturalne – do pielęgnacji ciała
108. Kosmetyki naturalne – do mycia ciała
109. Kosmetyki naturalne – do wyszczuplania ciała
110. Innowacja roku kosmetyczna (istotna jest przełomowa funkcja, technologia, cecha, która decyduje, że produkt spowodował przełom na rynku, np. zapoczątkował istnienie, bądź istotnie zmienił oblicze kategorii, kreował trendy)
111. **Inne kosmetyczne

* Organizator zastrzega sobie prawo do ustalenia liczby zgłoszeń w danej kategorii, liczby kategorii lub nazwy kategorii oraz ostatecznego przypisania produktu do danej kategorii.

** Kategoria zarezerwowana dla produktów, które nie mieszczą się w kategoriach zaproponowanych przez Organizatora. Nowa kategoria zostanie utworzona w momencie wpłynięcia 5 zgłoszeń produktów o podobnych charakterze. Do czasu utworzenia dedykowanej kategorii, Zgłaszający nie jest obciążany opłatą marketingową za udział w Badaniu.