

Załącznik nr 1 do Regulaminu badania konsumenckiego „Najlepszy Produkt – Wybór Konsumentów 2022”

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. Piwa bezalkoholowe
12. Mixy piwne
13. Wódki czyste
14. Wódki smakowe
15. Brown spirits
16. Wina
17. Wermuty
18. Alkohole RTD
19. E-papierosy i akcesoria
20. Wyroby cukiernicze (draże, karmelki, gumy do żucia)
21. Cukierki miękkie, żelki, pianki, galaretki
22. Wafle i batony
23. Tabliczki czekoladowe
24. Praliny, bomboniery, cukierki czekoladowe
25. Ciasta, ciastka, wafle rodzinne, pierniki
26. Przekąski słodkie
27. Przekąski słone
28. Przekąski fit
29. Bakalie i mixy bakaliowe
30. Produkty eko, bio, vege

31. Żywność dietetyczna
32. Żywność funkcjonalna
33. Żywność dla dzieci
34. Produkty śniadaniowe
35. Serki kanapkowe
36. Sery twarde
37. Mleko, kefir, maślanki
38. Jogurty i desery mleczne
39. Lody
40. Mrożonki owocowo-warzywne
41. Mrożone dania gotowe
42. Dania gotowe i garmażeryjne
43. Dania instant i fixy
44. Przyprawy i marynaty
45. Sosy, ketchupy, majonezy
46. Przetwory warzywno-owocowe
47. Tłuszcze
48. Produkty do pieczenia ciast
49. Desery instant
50. Produkty sypkie
51. Makarony
52. Parówki
53. Kabanosy
54. Kiełbasy
55. Wędliny
56. Pasztety i konserwy
57. Ryby i przetwory rybne
58. Karmy dla zwierząt
59. Przekąski dla zwierząt
60. OTC
61. Innowacja roku spożywcza
62. Produkty spożywcze marki własnej
63. Inne spożywcze**

CHEMICZNE:

64. Uniwersalne środki czystości
65. Specjalistyczne środki czystości

66. Produkty do prania
67. Produkty do płukania
68. Artykuły higieniczne
69. Artykuły do higieny jamy ustnej
70. Artykuły gospodarstwa domowego
71. Produkty chemiczne marki własnej
72. Produkty antybakteryjne/bakteriobójcze
73. Inne chemiczne**

KOSMETYCZNE:

74. Kosmetyki pielęgnacyjne do twarzy dla kobiet (kremy na dzień, noc, pod oczy)
75. Kosmetyki pielęgnacyjne do twarzy – skoncentrowane formuły (sera, boostery, olejki)
76. Maseczki pielęgnacyjne do twarzy
77. Maski pielęgnacyjne do twarzy na tkaninach
78. Produkty i akcesoria do pielęgnacji jamy ustnej (pasty, płyny, szczoteczki, nici)
79. Kosmetyki dla mężczyzn
80. Wody toaletowe i perfumowane męskie
81. Kosmetyki do demakijażu i mycia twarzy (mleczka, toniki, płyny micelarne)
82. Artykuły higieniczne do demakijażu (chusteczki, płatki, patyczki)
83. Artykuły higieniczne/antybakteryjne
84. Kosmetyki do pielęgnacji dłoni i stóp
85. Kosmetyki do pielęgnacji ciała (balsamy, maśła, olejki, peelingi, inne)
86. Kosmetyki do mycia ciała (do kąpieli i pod prysznic)
87. Kosmetyki modelujące do ciała (wyszczuplające i antycellulitowe)
88. Kosmetyki do ciała body make-up
89. Wody toaletowe i perfumowane damskie
90. Kosmetyki do pielęgnacji włosów
91. Kosmetyki do koloryzacji włosów
92. Kosmetyki do stylizacji włosów
93. Tusze i odżywki do rzęs
94. Kosmetyki do stylizacji i koloryzacji brwi
95. Cienie do powiek (pojedyncze, w formie paletek i palet cieni)

96. Kredki do oczu i eyelinery
97. Lakiery hybrydowe
98. Kosmetyki do pielęgnacji paznokci
99. Kosmetyki do makijażu ust (szminki, pomadki, błyszczki, konturówki)
100. Kosmetyki do pielęgnacji ust (balsamy, peelingi, pomadki ochronne)
101. Bazy, fluidy, pudry do makijażu, kremy BB
102. Produkty do konturowania twarzy (bronzery, rozświetlacze, korektory, róże)
103. Kosmetyki do twarzy w trendzie EKO
104. Kosmetyki naturalne certyfikowane
105. Kosmetyki dla dzieci
106. Produkty kosmetyczne marki własnej (drogeryjne, apteczne)
107. Kosmetyczna innowacja roku (istotna jest przełomowa funkcja, technologia, cecha, która decyduje, że produkt spowodował przełom na rynku, np. zapoczątkował istnienie, bądź istotnie zmienił oblicze kategorii, kreował trendy)
108. Inne (produkty nie mieszczące się w powyższych kategoriach – prosimy o kontakt z organizatorem badania)

*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. Decyzję o utworzeniu kategorii podejmuje Organizator w przypadku pojawienia się wystarczającej liczby zgłoszeń produktów tego sam