

Press Clipping Edición 2017

+ CORREO FARMACEUTICO.COM

RECONOCIMIENTO

Los consumidores eligen a 'Filvit Hogar' como 'Producto del Año'

Es la novedad de Uriach frente a las liendres y piojos. Ha sido seleccionado a través de una encuesta a más de 10.000 españoles.



Imagen del producto Filvit Hogar, premiado. (CF)

Filvit Hogar el nuevo spray de Uriach que **mata piojos y liendres** del hogar está entre las 45 innovaciones elegidas *Producto del Año 2017* por los consumidores La selección se ha llevado a cabo en el marco del el *Gran Premio a la innovación*, dentro de la categoría cuidado personal.

El Producto del Año es el certamen que premia los productos más innovadores después de entrevistar a 10.000 consumidores españoles a los que se les pregunta sobre cuál es el producto más innovador por categoría y el grado de intención de compra para cada producto. La encuesta, realizada por TNS, se complementa con un test de productos en el que se preguntan cuestiones relativas a su eficacia. Se trata de una competición abierta a la innovación donde puede participar cualquier producto de gran consumo de ámbito nacional referenciado en hipermercados, supermercados y/o grandes superficies. Este año se ha celebrado la 17º edición.

Esta nueva solución de *Filvit* erradica cualquier presencia de piojos y liendres en cualquier zona del hogar (**sofás**, **cojines**, alfombras, peluches, sillita del **coche**, etc.) con su método de uso a través de **pulverizaciones**. Además, Filvit Hogar no mancha y tiene un agradable aroma.

El nuevo *Filvit Hogar* forma parte de una extensa gama de antipiojos y liendres que destaca por su variabilidad y adaptabilidad haciendo visible el compromiso de la marca y de Uriach por seguir manteniendo sus estándares de innovación y calidad, después de más de 20 años ayudando a padres e hijos a **erradicar** los **piojos**.



Asistimos a la gala del Producto del año 2017 + sorteo de Testabox

enero 15, 2017 / 139 Comments



Uno de los últimos saraos a los que acudí antes de que acabara el 2016 fue precisamente la Gala del Producto del Año. Tuve la suerte de ir también a la Gala del Producto del año en el 2015 y lo pasé tan bien que quise probar suerte en el concurso que organizaba TestaBox para ganar unas entradas y ¡bingo!

En esta ocasión me acompañaba mi marido Alcalo Trainer, y no lo hacía como consorte, sino como influencer porque él también maneja el tema de las RRSS así que tan contentos acudimos el pasado 19 de diciembre al Hotel Catalonia Plaza de Barcelona.





Palabra de Madre

Fue una gala muy distendida, bastante más breve que la edición pasada y donde fuimos partícipes de la entrega de hasta 45 premios (podéis verlos todos pinchando el enlace) a diferentes productos, algunos de marcas sobradamente conocidas y otras totalmente desconocidas.



El **Producto del Año** es el único certamen donde los consumidores eligen, mediante su voto directo, los productos de consumo más innovadores del año. Se trata del reconocimiento del consumidor al esfuerzo que realizan las marcas, y sus equipos de marketing, especialmente en materia de **innovación**.



A mí personalmente me gusta mucho primero porque es un premio elegido por el consumidor, segundo porque son productos novedosos que a estas alturas cuesta mucho destacar creando algo "nuevo" y tercero, porque a todos los asistentes nos dan una bolsa con algunas muestras de los productos galardonados. También es una buena oportunidad para conocer caras nuevas: responsables de marketing, e I+D de algunas de las empresas de renombre en este país o incluso otros influencers.





Si a vosotros también os gustaría probar algunos de estos productos, os propongo algo que quizás os parezca interesante. Se trata de inscribirte en las cajas de TestaBox y recibirlos cómodamente en tu casa cada mes.

¿Cómo funciona? Es muy sencillo. Son las Smilebox de antes, pero con nuevo nombre.

Una vez te suscribes (15,99€/mes, gastos de envío incluidos), recibes hasta 20 productos super novedosos (4 los puedes elegir tú y el resto son sorpresa) pero no pienses que son muestras no, son productos reales de venta al público y tamaños originales. Cuando no lo son lo indican claramente en la zona de selección. Nada más hacer la selección, se cobra tu TestaBox y la recibes unos 20 días después en tu domicilio. Y lo mejor es que no hay ningún tipo de permanencia y puedes darte de baja cuando desees. Así que si te apetece probar 1, 2, 3 meses o lo que consideres, puedes hacerlo sin problemas. Aunque también te ofrecen planes trimestrales, semestrales e incluso anuales que salen algo mejor de precio.

Aquí encontrarás productos de alimentación, de cosmética, de limpieza, etc.

SORTEO DE 1 TESTABOX CON PRODUCTOS DEL AÑO 2017

Pero ya puestos, el equipo de **TestaBox** me ha dado la posibilidad de sortear una caja entre todos los que:

- 1. Dejéis un comentario en esta entrada diciéndome cuál sería vuestro producto ganador, aquel que os ha resultado útil, novedoso u os ha facilitado la vida.
- 2. Nos sigáis en RRSS (Facebook, Twitter o Instagram) tanto a **Testabox** como a **Palabra de Madre** (se comprobará).

El sorteo acabará el próximo 21 de enero a las 23:59h y el ganador tendrá hasta finales de febrero para elegir su TestaBox. Si elige en enero, podrá escoger los productos de la **TestaBox All Star**, con los productos mejor valorados y más seleccionados del **2016**. O podrá esperar a descubrir en la **TestaBox de febrero** qué productos galardonados con el premio Elegido Producto del Año se pueden recibir. Una vez confirmada la selección, el ganador recibirá su TestaBox con sus productos en un plazo de unos 20 días en su domicilio **totalmente gratis**.

Importante si resultas ganador:



Mirat Fertilizantes gana el premio 'Producto del Año'

La empresa salmantina recibe el premio a la innovación por su fertilizante líquido para las plantas y flores del hogar Green-Top

Economía por La Crónica de Salamanca - Ene 12 2017

99:0



Mario Martín, director Ejecutivo de Vitaterra Junto a Blanca Gener (organización) y Federico de Juan, (humorista y amenizador

Mario Martín, director Ejecutivo de Vitaterra, grupo Mirat Fertilizantes, ha recogido en Barcelona el premio "Producto del Año 2017". Al certamen, que ya cuenta con 44 categorías y que está presente en 35 países han concurrido empresas de diferentes sectores.

Los productos premiados con el 'Producto del Año 2017' han pasado por una doble selección: la primera por el comité deontológico del certamen que es quién los valida; y la segunda por un jurado más estricto, los consumidores, con una metodología rigurosa y sólida basada en un test de concepto a más de 10.000 consumidores representativos de la población española, más un test de producto a 100 personas del target. Con esta metodología el elector tiene todos los datos necesarios del producto como si estuviera frente a una decisión de compra real.

Los premios al Producto del año se han convertido en un referente para los consumidores, dado que más del 62% de la población los conoce, en particular el público más joven que lo asocia a un sello de garantía de calidad, otorgándole confianza a la hora de adquirir los productos premiados en el mercado. Por ello este galardón como nos indica el director ejecutivo de Vitaterra "supone, para Mirat Fertilizantes, una nueva marca de calidad, dado que los premiados podremos utilizar el sello con el logotipo, Producto del Año 2017, durante todo el año en todas las acciones de comunicación o publicidad que hagamos".

Productos del Año, organizadores del certamen, ha cerrado en los últimos meses diferentes acuerdos de colaboración con la finalidad de acercar cada vez más la innovación a los consumidores, destacando los relativos a los puntos de ventas firmados con In-Store1on1 y central de compras de Euromadi, de ahí que como nos argumenta Mario Martín "el premio supone un gran revulsivo para el área de innovación de Mirat Fertilizantes en general y, en particular, para Vitaterra, ya que gracias al mismo podremos hacer llegar a un mayor número de hogares españoles nuestro fertilizante líquido para plantas y flores Green-Top".



CincoDías

CONSLIMO

Magdalenas de algas y embutidos sin carne: 10 productos innovadores en el súper

El 53.3% de los consumidores pagaría más por un producto nuevo si éste le atrae

CINCO DÍAS 11-01-2017 14:57













La innovación es un valor al alza también en el consumo. El 53.3% de los consumidores españoles está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae y el 66,2% reconoce que le gustaría probar nuevos productos, según una encuesta online entre 10.000 personas representativas de la población española entre 18 y 55 realizada por Netquest. Bien es cierto que el 48,8% indica que ahora compra más productos según el precio y se fija menos en la innovación, ya que muchos de ellos (el 42%) considera que los productos nuevos difieren poco de los ya existentes.

Además, 31,5% de los consumidores españoles estaría dispuesto a pagar más por un producto de marca de fabricante que por uno de marca blanca.

Este mismo panel da los resultados para el premio El Producto del Año. Los consumidores responden a dos cuestiones: en qué medida consideran innovador un producto y qué grado de intención de compra tienen para cada producto participante.

En la decimoséptima edición han participado innovaciones lanzadas al mercado entre el 1 de enero de 2015 y el 30 de septiembre de 2016, tanto de alimentación, como de cosmética, droguería, parafarmacia y bazar.

Estos han sido algunos de los productos más votados:



CincoDías



Vitaminas que se adaptan al ciclo de la mujer

Supradyn activo mujer es un complemento vitamínico de Bayer que se adapta al ciclo menstrual de la mujer, compuesto por 2 tipos de comprimidos: 21 para los días sin periodo y 7 para los días con periodo.



Magdalenas de algas

El grupo Dulcesol ha presentado su gama Innova, una colección de productos que contienen la microalga chlorella, caracterizada por su poder regenerador.



Spray para las canas

L'Oreal ha lanzado un spray para retocar raíces y canas en tres segundos. Así, cuando aparece la raíz se puede ocultar hasta el próximo tinte con una pulverización.





Pañales con dibujos en 3D

Moltex ha lanzado un pañal para bebé con dibujos en 3D de Pocoyó.



Cerveza isotonica

San Miguel 0,0 Isotónica es es cerveza y es isotónica. Se presenta como una bebida para después de hacer deporte.



Té de frutas

Cuida-té natural. Bebida refrescante a base de infusión de hoja de té y con frutas.



Embutidos sin carne

Noel Veggie. Embutidos loncheados sin carne, elaborados utilizando clara de huevo como base proteica. Se presenta para consumidores no vegetariano que busca una alternativa no cárnica con bajo colesterol.



Hamburguesa de pollo y zanahoria

Casa Matachín ha presentado una hamburguesa de pollo y con un 19% de zanahoria.



Yougures de semillas

Los nuevos Activia de semillas y cereales que incluyem variedades de Espelta, Semillas de Amapola y Almendras; Quínoa Roja, Quínoa Blanca y Semillas de Calabaza; y Albaricoque, Pipas de Girasol, Semillas de Calabaza y Almendras. Se presentan como elaboradas con trozos enteros de semillas y cereales.



Antipiojos para muebles y el hogar

Filvit Hogar, promete eliminar los piojos de la casa y evitar la reinfestación.





AL 66'2 % DE LOS ESPAÑOLES LES GUSTA PROBAR PRODUCTOS NUEVOS

Marisa Sardina ② 10 enero, 2017

El pasado mes de diciembre tuvo lugar en el Hotel Catalonia Plaza de Barcelona la 17º Entrega de Galardones del Gran Premio a la Innovación, en la que se dieron a



conocer las 45 innovaciones que han sido Elegidas Producto del Año 2017 tras un exhaustivo estudio a más de 10.000 personas representativas de la población española.

La Ceremonia de Entrega de Premios, presentada por Blanca Gener, directora general del certamen, y Federico de Juan, congregó a más de 350 invitados entre los que se encontraban los máximos representantes de las empresas premiadas, destacadas personalidades del mundo empresarial, del marketing y la comunicación, convirtiéndose en la gran fiesta de la innovación.

La innovación es un valor en alza entre los consumidores. Al 66,2% de la población le gusta probar productos nuevos, un dato que alcanza el 70.5% en el caso de las mujeres, y el 53.3% está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae.

El 31.5% de los encuestados se muestra dispuesto a pagar más por un producto de marca fabricante que por otro de marca blanca, Y sólo el 37.8% reconoce que prefiere productos de marca blanca porque son más baratos.

La recomendación (45.1%) es el tercer motivo para comprar un nuevo producto detrás de haberlo visto anunciado (49.8%) y de que satisfaga una nueva necesidad (47.4%).

Estos son algunos de los datos que arroja el estudio realizado por Netquest para El Producto del Año.





El Producto del Año es el único certamen a nivel nacional en el que los consumidores eligen los productos más innovadores del año en gran consumo. El certamen nació en Francia en el año 1987 y actualmente se celebra en más de 30 países en todo el mundo. Ésta es la 17ª edición en España.

Los galardonados han sido designados tras un estudio realizado el pasado mes de Octubre entre el panel de consumidores de Netquest a una selección de productos nuevos lanzados al mercado entre el 1 de enero de 2015 y el 30 de septiembre de 2016 en los sectores de Alimentación, Higiene-Cosmética, Droguería y Parafarmacia.

En total se ha encuestado vía on-line a 10.032 individuos representativos de la población española entre 18 y 55 años que han valorado la innovación y grado de intención de compra de cada uno de los candidatos. Además se ha realizado una prueba de producto a 100 personas por participante para valorar cualidades muy diversas como la relación calidad-precio, el envase, sabor, perfume, eficacia...

Los 45 productos premiados se identificarán durante todo el año 2017 con el logotipo Elegido Producto del Año en su comunicación. Estos productos pertenecen a 35 empresas distintas, 13 de las cuales participaban por primera vez en el certamen. Los productos galardonados en esta edición son:

Categoría	Nombre Producto	Empresa
Multivitamínicos	Supradyn Activo Mujer	Bayer Hispania S.L.
Cervezas sin Alcohol	San Miguel 0,0 Isotónica	Mahou San Miguel
Cervezas con Limón	Mahou Limón	Mahou san Miguel
Refrescos de té	Cuida-té Natural Fresh Tea	Expréssate, S.L.
Complementos Alimenticios a base de Vitamina C	Leotron VIT.C	Angelini Farmacéutica
Embutidos	Noel Veggie	Noel Alimentaria
Postres	Gama Dhul Gourmand	Andros
Yogures Saludables	Activia Semillas	Danone
Yogures Griegos	Oikos Caramelo y Oikos Manzana-canela	Danone
Hamburguesas	Burger de Pollo y Zanahoria Casa Matachin	Aves Nobles y Derivados
Leches	Leche Pascual 0%	Calidad Pascual S.A.U.
Huevos	Huevos Demillo	Avícola Tratante, S.L.
Lácteos Ecológicos	Las 2 Vacas	Danone
Postres Lácteos Infantiles	IOGOLINO Suave y Cremoso	Nestlé España S.A. Nutrición Infantil
Ensaladas Preparadas	Enrollados de Pollo	Grupo Primaflor





Snacks	Gama SNACKIUM® VELARTE	Productos Velarte, S.L.
Bebidas Espirituosas	Larios Rosé	Maxxium España SL
Salsas	Allioli Intenso Choví	Choví SL
Bollería	Línea Dulcesol Innova	Grupo Dulcesol
Platos Preparados	Yatekomo World Tour	Gallina Blanca
Coloración	Magic Retouch	L'Oréal Paris
Cremas Corporales	Naturalium Crema Corporal Nuts	Beauty Emotions
Higiene Corporal	Lovium Gel de Baño Perfumado	Beauty Emotions
Aclarantes Capilares	Colorcrem Blonde Box	Eugene Perma
Cuidado Capilar	Elvive Tratamiento Purificante Pre- Champú Arcilla Extraordinaria	L'Oréal Paris
Incontinencia	Indasec® Discreet	Laboratorios Indas S.A.U
Cuidado Facial	Revitalift Laser X3 Doble Cuidado Rejuvenecedor Visible	L'Oréal Paris
Higiene Bucal	Oral-B Pro-Expert Dientes Fuertes	Procter & Gamble España S.A.
Cuidado Íntimo	Melagyn Hidratante Vaginal	Gynea by Kern Pharma
PAE Cuidado Capilar	Rowenta Premium Care Brush & Straigt	Groupe SEB
Higiene del Bebé	Moltex Premium	Ontex
Afeitado	Maquinilla BIC Flex 3 Comfort	BIC
Limpieza de Electrodomésticos	CARELI Limpiador de Cafeteras	CARELI 2007, S.L.
Colchones	Bultex Nanotech	Pikolin
Antipiojos	Filvit Hogar	Uriach
Jardinería	Green-Top, el fertilizante más completo	Vitaterra (Grupo Mirat Fertilizantes)
Detergentes	FLOPP Ropa BEBÉ	CARELI 2007, S.L.





Lavavajillas	FLOPP Lavavajillas gel ECOLABEL	CARELI 2007, S.L.
Sofás	Sofá Natura Plus	Grupo Lo Monaco
Pinturas	OXIRON Esmalte antioxidante al agua	Titanlux
Papel Higiénico	Colhogar Just·1	SCA Hygiene Products
PAE Hogar	Plancha Vertical Rowenta Acces' Steam	Groupe SEB
PAE Cocina	Robot Moulinex I- Companion	Groupe SEB
Limpieza del Hogar	Regina Blitz	Sofidel Spain

La innovación en España

El estudio encargado por la organización del certamen además analiza algunos aspectos relevantes sobre la percepción de los nuevos productos en el mercado. En este sentido, el 66.2% de los encuestados reconoce que le gusta probar nuevos productos, un dato que alcanza el 70.5% en el caso de las mujeres, y el 53.3% está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae. Si bien es cierto que el 48.8% indica que ahora compra más productos según el precio y se fija menos en si son innovadores.

Esto puede deberse a que el 42.2% considera que los productos nuevos difieren poco de los ya existentes y el 47.1% cree que la calidad de los productos de marca blanca es similar a los productos de marca fabricante. El 31.5% de los encuestados se muestra dispuesto a pagar más por un producto de marca fabricante que por otro de marca blanca. Y sólo el 37.8% reconoce que prefiere productos de marca blanca porque son más baratos.

La recomendación (45.1%) es el tercer motivo para comprar un nuevo producto detrás de haberlo visto anunciado (49.8%) y de que satisfaga una nueva necesidad (47.4%).

Más información en: www.granpremioalainnovacion.com

Ficha Técnica del Estudio on-line

Universo: individuos de 18 a 55 años residentes en España

Muestra: 10.032 individuos de 18 a 55 años, representativos del universo descrito

Error máximo asociado: ± 1'7%, bajo un intervalo de confianza del 95'5% y en el supuesto de máxima

indeterminación (p=q=50%)

Técnica: Encuestas on-line llevadas a cabo a través del Panel de Netquest

Trabajo de Campo: octubre de 2016



eurocarnedigital

La hamburguesa de pollo y zanahoria de Casa Matachín, premio al Producto del Año 2017

23/12/2016

Casa Matachín ha sido galardonada con el premio Producto del Año 2017 por su hamburguesa de pollo y zanahoria, en la décimo séptima edición del Gran Premio a la Innovación que tuvo lugar en Barcelona. En el Producto del Año los consumidores eligen los productos más innovadores del año en gran consumo, lo que supone un reconocimiento a la innovación y excelencia de la empresa aragonesa.



Casa Matachín elabora la hamburguesa de pollo y zanahoria con un alto contenido en proteínas. Además, este producto contiene un 19% de zanahoria, lo que la convierte en un alimento rico en Vitamina A. Así, los más pequeños de la casa incluyen en su dieta las hortalizas, disfrutando del sabor de una hamburguesa de pollo. Además, es ideal para las dietas de personas con un estilo de vida saludable.

Este premio al Producto del Año 2017 supone un reconocimiento a la innovación de la empresa aragonesa. Los 45 galardonados de este año han sido designados tras un estudio realizado el pasado mes de octubre entre el panel de consumidores de Netquest a una selección de productos nuevos lanzados al mercado entre el 1 de enero de 2015 y el 30 de septiembre de 2016 en los sectores de alimentación, higiene-cosmética, droguería y parafarmacia.

Los 45 productos premiados se identificarán durante todo el año 2017 con el logotipo Elegido Producto del Año.





Los productos del año 2017

Hogar por Héctor I. Aguirre - 4 Ene , 2017



Te presentamos los 45 productos del año 2017 más valorados por su innovación y ganadores del Gran Premio a la Innovación.

¿Quieres conocer los productos del Año 2017? Estos productos han sido elegidos en un exhaustivo estudio entre más de 10.000 personas representativas de la población española.

Los productos seleccionados por su innovación se pueden encontrar de muy diversas categorías desde multivitamínicos o cervezas sin alcohol hasta productos de jardinería o limpieza del hogar, pasando por cremas y productos de higiene corporal.

Categoria	Nombre Producto	Empresa	
Multivitamínicos	Supradyn Activo Mujer	Bayer Hispania S.L.	
Cervezas sin Alcohol	San Miguel 0,0 Isotónica Mahou San Miguel		
Cervezas con Limón	Mahou Limón	Mahou san Miguel	
Refrescos de té	Cuida-té Natural Fresh Tea	Expréssate, S.L.	
Complementos Alimenticios a base de Vitamina C	Leotron VIT.C	Angelini Farmacéutica	
Embutidos	Noel Veggie	Noel Alimentaria	
Postres	Gama Dhul Gourmand	Andros	
Yogures Saludables	Activia Semillas y Cereales Danone		
Yogures Griegos	Oikos Caramelo y Oikos Manzana-canela	Danone	
Hamburguesas	Burger de Pollo y Zanahoria Casa Matachin	Aves Nobles y Derivados	
Leches	Leche Pascual 0%	Calidad Pascual S.A.U.	
Huevos	Huevos Demillo	Avícola Tratante, S.L.	
Lácteos Ecológicos	Las 2 Vacas	Danone	
		200-200-500-500	



blogs.hogarmania.com

Postres Lácteos Infantiles	IOGOLINO Suave y Cremoso	Nestlé España S.A. Nutrición Infantil	
Ensaladas Preparadas	Enrollados de Pollo	Grupo Primaflor	
Platos Orientales	Gama de Rollitos	Ta-Tung Platos Precocinados, S.L.	
Snacks	Gama SNACKIUM® VELARTE	Productos Velarte, S.L.	
Bebidas Espirituosas	Larios Rosé	Maxxium España SL	
Salsas	Allioli Intenso Choví	Choví SL	
Bollería	Línea Dulcesol Innova	Grupo Dulcesol	
Platos Preparados	Yatekomo World Tour	Gallina Blanca	
Coloración	Magic Retouch Retoca-Raíces Instantáneo	L'Oréal Paris	
Cremas Corporales	Naturalium Crema Corporal Nuts	Beauty Emotions	
Higiene Corporal	Lovium Gel de Baño Perfumado	Beauty Emotions	
Aclarantes Capilares	Colorcrem Blonde Box	Eugene Perma	
Cuidado Capilar	Mascarilla Pre-Champú Elvive Arcilla Extraordinaria	L'Oréal Paris	
Incontinencia	Indasec® Discreet	Laboratorios Indas S.A.U	
Cuidado Facial	Revitalift Laser X3 Doble Cuidado Rejuvenecedor Visible	L'Oréal Paris	
Higiene Bucal	Oral-B Pro-Expert Dientes Fuertes	Procter & Gamble España S.A.	
Cuidado Íntimo	Melagyn Hidratante Vaginal	Gynea de Kern Pharma	
PAE Cuidado Capilar	Plancha de Pelo Rowenta Premium Care Brush & Straigt	Groupe SEB	
Higiene del Bebé	Moltex Premium	Ontex	
Afeitado	Maquinilla BIC Flex 3 Comfort	BIC	
Limpieza de Electrodomésticos	CARELI Limpiador de Cafeteras	CARELI 2007, S.L.	
Colchones	Bultex Nanotech	Pikolin	
Antipiojos	Filvit Hogar	Uriach	
Jardineria	Green-Top, el fertilizante más completo	Vitaterra (Grupo Mirat Fertilizantes)	
Detergentes	FLOPP Ropa BEBÉ	CARELI 2007, S.L.	
Lavavajillas	FLOPP Lavavajillas gel ECOLABEL	CARELI 2007, S.L.	
Sofás	Sofá Natura Plus	Grupo Lo Monaco	
Pinturas	OXIRON Esmalte antioxidante al agua	Titanlux	
Papel Higiénico	Colhogar Just-1	SCA Hygiene Products	
PAE Hogar	Cepillo de Vapor Rowenta Acces' Steam	Groupe SEB	
PAE Cocina	Robot de cocina Moulinex I-Companion	Groupe SEB	
Limpieza del Hogar	Regina Blitz	Sofidel Spain	





INNOVACIÓN

Premio a productos hechos con microalgas

- Los consumidores los eligen como Producto del año 2017
 - Están elaborados por la empresa Dulcesol de la Safor



Fábrica de Dulcesol en Gandia / Google Maps

BEGOÑA DEL PRADO | Gandia 03/01/2017 - 18:05 h. CET

La gama de productos Innova de Dulcesol ha sido galardonada como "Producto del Año 2017". Se trata del único certamen donde los consumidores eligen, mediante su voto directo, los productos de consumo más innovadores del año.

Ximo del Río, responsable de innovación de Dulcesol, ha explicado en Radio Gandia SER que estos productos Innova son el resultado de un proyecto I+D en el que se ha trabajado durante 4 años, que además ha recibido financiación del Ministerio de Economía, y en el que Dulcesol ha introducido en los productos microalgas chlorella, "una tendencia innovadora en alimentación funcional", según ha indicado del Río.

El galardón es un reconocimiento para la empresa por parte de los consumidores, que son los que eligen los productos innovadores del año.







Los consumidores eligen los productos más innovadores del año

INNOVACIÓN, MERCADOS ALIMENTACIÓN Y PGC

2 NO HAY COMENTARIOS 29 DIC 2016



Los consumidores españoles han elegido los 45 productos más innovadores del año en una nueva edición del Gran Premio a la Innovación. Estas 45 nuevas referencias, que llevarán durante 2017 el distintivo Producto del Año, pertenecen a 35 empresas distintas, 13 de las cuales participaban por primera vez en el certamen, que cumple su 17ª convocatoria en España.

Los galardonados han sido designados tras un estudio realizado el pasado mes de octubre entre el panel de consumidores de Netquest a una selección de productos nuevos lanzados al mercado entre el 1 de enero de 2015 y el 30 de septiembre de 2016 en los sectores de Alimentación, Higiene-Cosmética, Droguería y Parafarmacia.

En total se encuestaron vía on-line a 10.032 individuos representativos de la población española entre 18 y 55 años que valoraron la innovación y grado de intención de compra de cada uno de los candidatos. Además se realizó una prueba de producto a 100 personas por participante para valorar cualidades muy diversas como la relación calidad-precio, el envase, sabor, perfume, eficacia...

Además de identificar los productos más innovadores del año, Netquest ha realizado un estudio sobre la importancia que los consumidores españoles conceden a la innovación en sus decisiones de compra.

Como conclusión general, hay que celebrar que se trata de un valor en alza. Así, al 66,2% de la población le gusta probar productos nuevos, un dato que alcanza el 70,5% en el caso de las mujeres, y el 53,3% está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae.

No obstante, el 48.8% indica que ahora compra más productos por su el precio y se fija menos en si son innovadores. Esto puede deberse a que el 42.2% considera que los productos nuevos difieren poco de los ya existentes y el 47.1% cree que la calidad de los productos de marca blanca es similar a los productos de marca fabricante. El 31.5% de los encuestados se muestra dispuesto a pagar más por un producto de marca fabricante que por otro de marca blanca. Y sólo el 37.8% reconoce que prefiere productos de marca blanca porque son más baratos.

La recomendación (45.1%) es el tercer motivo para comprar un nuevo producto detrás de haberlo visto anunciado (49.8%) y de que satisfaga una nueva necesidad (47.4%).



INNOVACION & TENDENCIAS _ 28 / 12 / 2016

Los Productos del Año 2017, un ejemplo de innovación

- CATEGORÍAS: BRANDING



Al 66,2% de los españoles les gusta probar productos nuevos. Es uno de los principales datos que se extraen de los resultados del mayor estudio representativo sobre nuevos productos, que fue presentado en Barcelona el pasado 19 de diciembre en la entrega de galardones del Gran Premio a la Innovación. A su vez, durante el acto se dieron a conocer los 45 productos más valorados por su innovación.

Durante la 17a Entrega de Galardones del Gran Premio a la Innovación se conocieron las 45 innovaciones que han sido Elegidas

Producto del Año 2017 tras un exhaustivo estudio a más de 10.000 personas representativas de la población española.

La ceremonia de entrega de Premios, que tuvo lugar en el Hotel Catalonia Plaza de Barcelona y fue presentada por Blanca Gener, directora general del certamen, y Federico de Juan, humorista y guionista, congregó a más de 350 invitados entre los que se encontraban los máximos representantes de las empresas premiadas, destacadas personalidades del mundo empresarial, del marketing y la comunicación, convirtiéndose en la gran fiesta de la innovación.

La innovación es un valor en alza entre los consumidores. Al 66,2% de la población le gusta probar productos nuevos, un dato que alcanza el 70,5% en el caso de las mujeres, y el 53,3% está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae.

El 31,5% de los encuestados se muestra dispuesto a pagar más por un producto de marca fabricante que por otro de marca blanca. Y sólo el 37,8% reconoce que prefiere productos de marca blanca porque son más baratos.

La recomendación (45,1%) es el tercer motivo para comprar un nuevo producto detrás de haberlo visto anunciado (49,8%) y de que satisfaga una nueva necesidad (47,4%).

Estos son algunos de los datos que arroja el estudio realizado por Netquest para El Producto del Año.

El Producto del Año es el único certamen a nivel nacional en el que los consumidores eligen los productos más innovadores del año en gran consumo. El certamen nació en Francia en el año 1987 y actualmente se celebra en más de 30 países en todo el mundo.

Los galardonados han sido designados tras un estudio realizado el pasado mes de octubre entre el panel de consumidores de Netquest a una selección de productos nuevos lanzados al mercado entre el 1 de enero de 2015 y el 30 de septiembre de 2016 en los sectores de Alimentación, Higiene-Cosmética, Droguería y Parafarmacia.





En total se ha encuestado vía on-line a 10.032 individuos representativos de la población española entre 18 y 55 años que han valorado la innovación y grado de intención de compra de cada uno de los candidatos. Además, se ha realizado una prueba de producto a 100 personas por participante para valorar cualidades muy diversas como la relación calidad-precio, el **envase**, sabor, perfume, eficacia... Los 45 productos premiados se identificarán durante todo el año 2017 con el logotipo Elegido Producto del Año en su comunicación.

En el marco de la colaboración que El Producto del Año mantiene con Euromadi, los productos más innovadores de 2017 contarán además con acciones especiales en más de 6.000 puntos de venta, con expositores, stoppers y folletos informativos para facilitar que los consumidores accedan a la innovación relevante.

Estos productos pertenecen a 35 empresas distintas, 13 de las cuales participaban por primera vez en el certamen. Los productos galardonados en esta edición son:

Categoría	Nombre Producto	Empresa	
Multivitamínicos	Supradyn Activo Mujer	Bayer Hispania	
Cervezas sin Alcohol	San Miguel 0,0 Isotônica	Mahou San Miguel	
Cervezas con Limón	Mahou Limon	Mahou San Miguel	
Refrescos de té	Cuida-té Natural Fresh Tea	Expréssate	
Complementos Alimenticios a base de Vitamina C	Leatron VIT.C	Angelini Farmacéutica	
Embutidos	Noel Veggle	Noel Alimentaria	
Postres	Gama Dhul Gourmand	Andros	
Yogures Saludables	Activia Semillas y Cereales	Danone	
Yogures Griegos	Okos Caramelo y Okos Manzana-canela	Danone	
Hamburguesas	Burger de Pollo y Zanahoria Casa Matachin	Aves Nobles y Derivados	
Leches	Leche Pascual 0%	Calidad Pascual	
Huevos	Huevos Demillo	Avicola Tratante	
Lácteos Ecológicos	Las 2 Vacas	Danone	
Postres Lácteos Infantiles	IOGOLINO Suave y Cremoso	Nestiè España Nutrición Infantil	
Ensaladas Preparadas	Enrollados de Pollo	Grupo Primaflor	
Platos Orientales	Gama de Rollitos	Ta-Tung Platos Precocinados	
Snacks	Gama SNACKIUM® VELARTE	Productos Velarte	
Bebidas Espirituosas	Larios Rosê	Maxxium España	
Salsas	Allioli Intenso Chovi	Chovi	
Bolleria	Linea <u>Duicesoi</u> Innova	Grupo Dulcesol	
Platos Preparados	Yatekomo World Tour	Gallina Blanca	





Coloración	Magic Retouch Retoca- Raices Instantáneo	L'Oreal Paris	
Cremas Corporales	Naturalium Crema Corporal Nuts	Beauty Emotions	
Higiene Corporal	Lovium Gel de Baño Perfumado	Beauty Emotions	
Aclarantes Capilares	Colorcrem Blonde Box	Eugene Perma	
Cuidado Capilar	Mascarilla Pre-Champú Elvive Arcilla Extraordinaria	L'Oreal Paris	
Incontinencia	Indasec® Discreet	Laboratorios Indas	
Cuidado Facial	Revitalit Laser X3 Doble Cuidado Rejuvenecedor Visible	L'Oreal Paris	
Higiene Bucal	Oral-B Pro-Expert Dientes Fuertes	Procter & Gamble España	
Cuidado Întimo	Melagyn Hidratante Vaginal	Gynea de Kern Pharma	
PAE Cuidado Capilar	Plancha de Pelo Rowenta Premium Care Brush & Straight	Groupe SEB	
Higiene del Bebé	Moltex Premium	Ontex	
Afeitado	Maquinilla BIC Flex 3 Comfort	BIC	
Limpleza de Electrodomésticos	CARELI Limpiador de Cafeteras	CARELI 2007, S.L.	
Colchones	Bultex Nanotech	Pikolin	
Antipiojos	Filvit Hogar	Uriach	
Jardineria	Green-Top, el fertilizante más completo	Vitaterra (Grupo Mirat Fertilizantes)	
Detergentes	FLOPP Ropa BEBE	CARELI 2007, S.L.	
Lavavajillas	FLOPP Lavavajillas gel ECOLABEL	CARELI 2007, S.L.	
Sofás	Sofá Natura Plus	Grupo Lo Monaco	
Pinturas	OXIRON Esmalte antioxidante al agua	Titaniux	
Papel Higiénico	Colhogar Just-1	SCA Hygiene Products	
PAE Hogar	Cepillo de Vapor Rowenta Acces Steam	Groupe SEB	
PAE Cocina	Robot de cocina Moulinex I- Companion	Groupe SEB	
Limpieza del Hogar	Regina Blitz	Solidel Spain	





El embutido sin carne de Noel 'Veggie', elegido Producto del Año 2017



28/12/2016











El pasado 19 de diciembre se celebró en Barcelona, en el hotel Catalonia Plaza, la 17ª entrega de galardones de 'El Gran Premio a la Innovación'. En la ceremonia, frente a unos 350 invitados del mundo empresarial, del marketing y la comunicación, se dieron a conocer las 45 innovaciones que han sido elegidas 'Producto del Año 2017' tras un exhaustivo estudio a más de 10.000 personas representativas de la población española. La gamma 'Veggie' de **Noel Alimentaria** ha sido uno de los productos ganadores en la categoría de alimentación. Todos los productos premiados se identificarán a lo largo del 2017 con el logotipo 'Elegido Producto del Año' en su comunicación.



La gama Veggie es una selección de embutidos sin carne en los que se ha usado la clara de huevo como base proteica. De esta manera, Noel es la primera empresa del sector en añadir una opción no cárnica a su catálogo de productos. La gama la componen 6 referencias, todas ellas elaboradas con aceite de oliva virgen: mortadela, mortadela con aceitunas, mortadela con aceitunas y pimiento, mini de mortadela con olivas chopped y galantina con verduras.

Estos embutidos sin carne van dirigidos al público flexitariano que quiere diversificar la ingesta de proteínas en su dieta habitual. Es un alimento que complementa los diferentes momentos de consumo de embutido tradicional entre la población no vegetariana.

Uno de los principales pilares de Noel Alimentaria es la innovación. Gracias a su espíritu inquieto, al afán por adaptarse siempre a la demanda del mercado y a la escucha permanente al consumidor se ha consolidado como una de las principales empresas cárnicas en España.





Producto del año 2017: Sofá Natura Plus

Publicado el 27/12/2016 por Lo Monaco Empresa



Antonio Toledo, Director del Área Comercial y Marketing recoge el Premio Producto del año 2017 en la categoría de Sofá, con el Sofá Natura Plus.

El pasado 19 de diciembre tuvo lugar en Barcelona la *Gala Producto del Año: Gran premio a la Innovación*. Un año más, el prestigioso galardón es otorgado a los productos más novedosos del mercado nacional, que son elegidos gracias a la opinión y veredicto de más de 10.000 consumidores reales.

Grupo Lo Monaco, fue premiado **en la categoría de Sofá, con el Sofá Natura Plus**. En palabras de Antonio Toledo, director del Área Comercial y Marketing: "La innovación para LoMonaco es una apuesta continua, no es una cosa puntual, la innovación es un proceso que viene madurándose de hace tiempo, con la participación de todos los agentes de la empresa. Está siempre presente y es un más a más."

Para Grupo Lo Monaco, ya es el 3o premio Producto del Año que se recoge, lo cual es una gran satisfacción para la compañía en un sector maduro como es el del descanso, donde en la mayoría de las ocasiones, innovación es un objetivo difícil de alcanzar.

Otorgándole al sofá la importancia que merece por ser una de las piezas más importantes del hogar, encontramos gracias a la gama Natura Plus, multitud de opciones para adaptarlo por completo a las necesidades del consumidor: un solo sofá y cien mil opciones, sin duda, para encontrar el sofá ideal.

Sofá Natura Plus: 1 sofá y 100.000 opciones. Sin duda, encontrarás el tuyo





Sofá Natura Plus: 1 sofá y 100.000 opciones. Sin duda, encontrarás el tuyo



Collage de modelos, tejidos y funcionalidades de la gama de Sofás Natura Plus LoMonaco

Con la Gama Natura Plus, Grupo Lo Monaco selecciona las últimas tendencias y materiales para la construcción del sofá: una estructura más resistente, un bastidor que asegura la mayor durabilidad, rellenos con garantía de firmeza media desarrollados bajo la experiencia de Grupo Lo Monaco y los tejidos más avanzados para dotar al sofá de un acabado sinónimo de calidad y durabilidad.

Dado este paso y gracias a un innovador sistema de personalización de producto, es el momento de que el cliente lo convierta en una pieza única y muy personal. Grupo Lo Monaco pone a su disposición la posibilidad de elegir medidas, modulación de estructuras, colores, tipos de tejidos y añadir la funcionalidad que más se adapte a la búsqueda de la perfección:

- Sistema Relax compatible con cualquier medida de sofá, incluso en chaiselongue, donde solo pulsando un botón se consigue una postura ergonómicamente perfecta.
 - Tecnología Multimedia aplicada al sofá con salida Dolby Surround para convertir el salón de casa en una experiencia única de sonido.
 - Sofá Cama compatible con cualquier medida de sofá, incluso en chaiselongue, de fácil apertura donde con un sencillo movimiento y sin esfuerzo, un gran sofá pasa a convertirse en una gran cama. Todo ello con la gran ventaja de poder elegir el material del colchón
 - Arcón abatible para dotar al hogar de un extra de espacio en los modelos chaiselongue.
 - Respaldos fijos o reclinables donde conseguir la postura y cuidado idóneos de la zona cervical, independientemente de los gustos de cada usuario, es totalmente posible.

Sofá Natura Plus, una forma muy diferente de comprar un sofá, que ha sorprendido y por el que han apostado los consumidores.





Yatekomo World Tour, mejor plato preparado de 2016





HOSTELVENDING.com 27/12/2016.- Gallina Blanca sigue cosechando éxitos con sus fideos orientales listos para tomar, una propuesta que en nuestro país ha llegado de manera reciente al vending con esta y otras marcas gracias a los buenos datos de compra que acumula en el gran consumo.

En concreto en el caso de los Yatekomo, después de ganarlo prácticamente todo el pasado año en temas de innovación y superar todas las expectativas de venta de la propia compañía, las nuevas versiones del producto siguen cautivando al público y a la crítica.

Repite como Producto del Año aunque con la versión World Tour que se hace con este galardón que se otorgó el pasado 19 de diciembre en el Hotel Catalonia Plaza de Barcelona en la categoría de plato preparado.

El Producto del Año es el único certamen a nivel nacional en el que los consumidores eligen los productos más innovadores del año en gran consumo. El certamen nació en Francia en el año 1987 y actualmente se celebra en más de 30 países en todo el mundo. Ésta es la 17ª edición en España.

El pasado mes de noviembre, la empresa inauguró la nueva línea de producción de Yatekomo Word Tour en Ballobar. Allí produce diariamente 90,000 unidades de Yatekomo.

La nueva línea de fideos orientales de Gallina Blanca incorporó el pasado año cuatro sabores inspirados en países como China, Italia, Estados Unidos o Marruecos, con la misma filosofía que los clásicos, un recipiente que solo necesita aqua caliente para tomarlo donde sea.

Hace poco, Gallina Blanca anunció que había llegado a los 100 millones de unidades vendidas en España en tres años, una cantidad que prevé doblar en mucho menos tiempo, ya que para este 2016 prevé vender 50 millones más.

No es complicado que lo consiga viendo el éxito que tiene entre los consumidores.





Mirat Fertilizantes, galardonada con el premio 'Producto del Año 2017'



El Premio fue recogido por el director Ejecutivo de Vitaterra, división de Jardinería y Hortofrutícola de la empresa salmantina Mirat Fertilizantes, que ha sido galardonada con el premio 'Producto del Año 2017' a la innovación por su fertilizante líquido para las plantas y flores del hogar GREEN-TOP. Informa EKMB



Mario Martín, director Ejecutivo de Vitaterra, grupo Mirat Fertilizantes, ha recogido en Barcelona el premio 'Producto del Año 2017', en una gala celebrada en el Hotel Catalonia Plaza. Al certamen, que ya cuenta con 44 categorías y que está presente en 35 países, han concurrido empresas de diferentes sectores.

Como indican desde la organización "los productos premiados con el 'Producto del Año 2017', han pasado por una doble selección: la primera por el comité deontológico del certamen, que es quién los valida; y la segunda por un jurado más estricto, los consumidores, con una metodología rigurosa y sólida basada en un test de concepto a más de 10.000 consumidores representativos de la población española más un test de producto a 100 personas del target". Con esta metodología, el elector tiene todos los datos necesarios del producto como si estuviera frente a una decisión de compra real.

Los premios al Producto del Año se han convertido en un referente para los consumidores, dado que más del 62% de la población los conoce, en particular el público más joven que lo asocia a un sello de garantía de calidad, otorgándole confianza a la hora de adquirir los productos premiados en el mercado. Por ello, este galardón, como indica el director Ejecutivo de Vitaterra "supone para Mirat Fertilizantes una nueva marca de calidad, dado que los premiados podremos utilizar el sello con el logotipo 'Producto del Año 2017' durante todo el año en todas las acciones de comunicación o publicidad que hagamos".





Productos del Año, organizadores del certamen, ha cerrado en los últimos meses diferentes acuerdos de colaboración con la finalidad de acercar cada vez más la innovación a los consumidores, destacando los relativos a los puntos de ventas firmados con In-Store1on1 y central de compras de Euromadi, de ahí que, como argumenta Mario Martín, "el premio supone un gran revulsivo para el área de innovación de Mirat Fertilizantes en general y, en particular, para Vitaterra, ya que gracias al mismo podremos hacer llegar a un mayor número de hogares españoles nuestro fertilizante líquido para plantas y flores Green-Top".

Green-Top es un compuesto nutricional líquido que contiene 15 elementos esenciales para el desarrollo de las plantas y flores. Su equilibrada y completa formulación permite nutrir a la planta de manera rápida y eficiente, así como corregir deficiencias y problemas fitopatológicos al aplicar vitaminas y aminoácidos, como indican desde Vitaterra.

Según explica Mario Martín, "Vitaterra fabrica y distribuye en Salamanca productos para la jardinería doméstica y agricultura de alto valor añadido desde 1999, lo cual junto a la cuidada imagen y calidad de nuestros productos nos ha permitido no solo la implantación en el 100% del territorio nacional, sino también internacionalmente, con la exportación a una decena de países, compitiendo en mercados tan exigentes como el francés, italiano o ruso".

Vitaterra: es el mayor fabricante español de abonos y fertilizantes para jardinería.

División de negocio perteneciente al *Grupo Mirat*, grupo fundado en 1.812 en

Salamanca y que actualmente opera en diferentes sectores de la economía española.

Vitaterra produce abonos, fertilizantes y bioestimulantes y comercializa insecticidas, fungicidas y herbicidas, siempre dedicados a jardinería y al sector hortofrutícola.





Al 66,2% de los españoles les gusta probar productos nuevos

20 Diciembre 2016

La innovación es un valor en alza entre los consumidores: al 66,2% de la población le gusta probar productos nuevos, un dato que alcanza el 70,5% en el caso de las mujeres, y el 53,3% está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si este le atrae.



El 31,5% de los encuestados se muestra dispuesto a pagar más por un producto de marca fabricante que por otro de marca blanca. Y sólo el 37,8% reconoce que prefiere productos de marca blanca porque son más baratos.

La recomendación (45,1%) es el tercer motivo para comprar un nuevo producto detrás de haberlo visto anunciado (49,8%) y de que satisfaga una nueva necesidad (47,4%).

Estos son algunos de los datos que arroja el estudio realizado por Netquest para El Producto del Año, certamen a en el que los consumidores eligen los productos más innovadores del año en gran consumo. El certamen nació en Francia en el año 1987 y actualmente se celebra en más de 30 países en todo el mundo.

Los galardonados de esta edición han sido designados tras un estudio realizado el pasado mes de octubre entre el panel de consumidores de Netquest a una selección de productos nuevos lanzados al mercado entre el 1 de enero de 2015 y el 30 de septiembre de 2016 en los sectores de Alimentación, Higiene-Cosmética, Droguería y Parafarmacia.

Consultar todos los productos galardonados en esta edición





Leotron Vit. C de Angelini Farmacéutica, elegido Producto del Año por los consumidores













Leotron Vit. C, complemento alimenticio de Angelini Farmacéutica que ayuda al funcionamiento del sistema inmunitario por su contenido en vitamina C, zinc y selenio, ha sido galardonado por los consumidores con el Premio Producto del Año 2017.

El certamen premia los lanzamientos más innovadores del año de diferentes sectores y los ganadores se escogen tras entrevistar a más de 10.000 consumidores representativos de la población española y comprobar su eficacia a través de un test.

«Estamos muy contentos de que Leotron Vit.C haya sido elegido Producto del Año, ya que se trata de un reconocimiento que otorgan los consumidores a aquellos productos más innovadores. Leotron Vit.C ha sido nuestra apuesta más innovadora para este 2016», explica Natalia García, product manager Consumer Health Care de Angelini Farmacéutica.

Leotron Vit. C proporciona una triple acción protectora de las defensas gracias a su contenido en vitamina C, selenio y zinc, por lo que está especialmente indicado en épocas de frío y cambios de estación, contribuyendo al funcionamiento normal del sistema inmunitario y a la protección de las células frente al daño oxidativo.

Asimismo, en periodos de sobrecarga laboral o estudio o en casos de ejercicio físico intenso y en los que se requiere un extra de energía, es un buen aliado, ya que su contenido en vitamina C ayuda a disminuir el cansancio y la fatiga. Además, mejora la absorción del hierro y contribuye a la formación normal del colágeno para el funcionamiento normal de los huesos, cartílagos, encías, piel y dientes.

Leotron Vit. C, con agradable sabor naranja, se presenta en envases de 18 y 36 comprimidos efervescentes que se toman disueltos en agua (200 ml), preferiblemente después del desayuno o almuerzo. No contiene azúcares, gluten ni lactosa.

Valorar este artículo 👙 🏠 🏠 😭 (0 votos)

Modificado por última vez el Miércoles, 21 Diciembre 2016 15:27 Deja el primer comentario!



Distribución con base alimentaria 22/12/2016 Revista ARAL

Grupo Euromadi apoya la innovación en los premios 'Producto del Año'



La innovación es una de las palancas que permite generar oportunidades en un mercado maduro. // FOTO: Grupo Furomadi.

Grupo Euromadi ha sido esta semana una de las compañías participantes en la **17 edición del Gran Premio a la Innovación**, celebrada en el Hotel Catalonia Plaza de Barcelona. En el evento se dieron a conocer los 45 productos más valorados por los consumidores por su innovación, tras un exhaustivo estudio a más de 10.000 personas representativas de la población española.

De cara al próximo año, en el marco de la **colaboración que Grupo Euromadi mantiene con El Producto del Año**, los productos más innovadores de contarán con acciones especiales en más de 6.000 puntos de venta, con expositores, stoppers y folletos informativos para facilitar que los consumidores accedan a la innovación verdaderamente relevante.

Tal como explicó **José Martínez**, **director del área comercial de Euromadi**, la apuesta por la innovación es uno de los "pilares de futuro dentro de nuestro Plan Estratégico, ya que se trata de un elemento que aporta valor al mercado y es clave en el crecimiento y la generación de negocio".

Desde Euromadi se realizan acciones periódicas para apoyar la innovación en el punto de venta, para contribuir a que los consumidores sean conscientes de aquellos productos que aportan algo diferencial en su categoría. "Apoyamos la labor de las marcas y de los fabricantes que innovan, que desarrollan una innovación genuina ya que finalmente esos productos tienen un ratio de éxito del 73%, frente a las meras copias –o evoluciones- que están en el 20%", concluyó Martínez.

Innovar implica hacer una mayor inversión económica, dedicar mayores esfuerzos y recursos por parte de los fabricantes -y también de los distribuidores-, pero se trata de una de las palancas que permite generar oportunidades en un mercado maduro. "La innovación se plantea como un elemento imprescindible para aportar valor al sector del gran consumo, por lo que entre todos debemos apoyarla", destacó José Martínez.





Larios Rosé, Premio Producto del Año 2017 a la Innovación

JUEVES 22 DE DICIEMBRE DE 2016

LEÍDO > 368 VECES















La ginebra Premium de fresas de Larios acaba de ser reconocida con este galardón a la Innovación en la categoría 'Bebidas Espirituosas' Como cierre a un año muy especial en el que Larios, la primera ginebra mediterránea, está celebrando su 150 Aniversario, Larios Rosé acaba de ser nombrada Premio Producto del Año a la Innovación 2017.

Larios Rosé es la ginebra Premium de fresas de Larios, una ginebra evocadora de un sabor suave y equilibrado, en el que se combina delicadamente su sabor y aroma a fresas. Su frescura y suavidad han sido precisamente una de las cualidades más valoradas por los consumidores, así como su espectacular packaging, que le ha llevado a conseguir el primer puesto en su categoría.

La apuesta de Larios por la renovación y el diseño de vanguardia ha quedado patente a lo largo de sus 150 años de historia, tanto en la evolución del formato y diseño como en el desarrollo de nuevas referencias Premium, como Larios Rosé. Una premisa que ahora es reconocida por el Gran Premio a la Innovación 2017.

Este galardón, que acaba de celebrar su 17ª edición, tiene como objetivo que el consumidor sea el auténtico protagonista a la hora de elegir 'Los Productos del Año'. Esta edición, Netquest y ClubCompráctica han sido las encargadas de realizar el estudio mediante el voto directo de más de 10.000 consumidores, que ha dado como resultado los productos más innovadores del año.





Gracias a su trayectoria, el Gran Premio se ha convertido en un referente entre público y consumidores, conocido por más del 60% de la población, especialmente entre los más jóvenes (18 a 25 años), asociado a un sello de garantía y calidad para el 65,4% y para el 63,4% le otorga confianza a la hora de adquirir el producto en el mercado. Suavidad, frescura, sofisticación y diseño son las claves que han convertido a Larios Rosé en la bebida espirituosa más innovadora de 2017





Evocadora y sugerente, la nueva ginebra Premium Larios Rosé sorprende por su intenso aroma a fresas e insinuante color. Con este nuevo destilado la casa Larios amplía su familia de ginebras mediterráneas.

Desde que en el siglo XVI vieran la luz en Holanda las primeras ginebras, la evolución de esta singular bebida ha tenido un largo recorrido. Aromas, destilaciones, colores y sabores configuran hoy el nuevo entorno en el que se mueven las ginebras, un sector innovador y en crecimiento.

La distinción de esta ginebra Premium radica en la delicada fusión de los cítricos del Mediterráneo con un intenso aroma a fresas.

Su color, sabor y aroma hacen de Larios Rosé una propuesta ideal para disfrutar de mágicos atardeceres en compañía de amigos.





ARAGÓN

La aragonesa Casa Matachín, premio al Producto del Año



Ibex 35	Otros i	ndices	Mis V
BEX35 ▲ +	0,38%	9.368	,7
MEJORE S	%	P	EORES
1. TELEFONICA	+1,33	1. B.PC	PULAR
2. MERLIN PRO	+1,18	2. ARC	ELOR
3. GRIFOLS	+1,00	3. GAN	IESA
4 IAG	+0,94	4 ACS	
5. INDRA	+0,88	5. DIA	
BOLSA MADR	ID	DOW .	ONE S
▲ +0,36% 94·	4,4	₩ -0,1	2% 19
EURO/DÓLAR		EURO	LIBRA
▲ 1,04 (0,11%	6)	▲ 0,85	(0,35
BONO 10 AÑO	S	PRIMA	RIESO
1,38%	0,25%	A 113	.8 (0,3

Ha sido premiada en la 17ª edición del Gran Premio a la Innovación, celebrado esta semana en Barcelona.

Casa Matachín ha recibido el premio 'Producto del Año 2017' por su hamburguesa de pollo y zanahoria, en la 17ª edición de entrega de galardones del Gran Premio a la Innovación que ha tenido lugar esta semana en Barcelona.

El Producto del Año es el único certamen a nivel nacional en el que los consumidores eligen los más innovadores en gran consumo, lo que supone un reconocimiento a la innovación y excelencia de la empresa aragonesa.

Casa Matachín elabora la hamburguesa de pollo y zanahoria con un alto contenido en proteínas. Además, este producto contiene un 19 por ciento de zanahoria, lo que la convierte en un alimento rico en vitamina A, muy adecuado para los niños y las dietas de personas con un estilo de vida saludable.

La apuesta de Casa Matachín por la I+D+i es su garantía de calidad. Para ello está en continuo desarrollo de fórmulas y líneas nuevas de fabricación, con el objeto de ofrecer a sus clientes productos nuevos de manera constante.





Los 45 galardonados como 'Producto del Año 2017' se podrán identificar los siguientes doce meses con el logotipo "Elegido Producto del Año". Han sido elegidos tras un estudio realizado el pasado mes de octubre entre el panel de consumidores de Netquest a una selección de productos nuevos lanzados al mercado entre el 1 de enero de 2015 y el 30 de septiembre de 2016 en los sectores de Alimentación, Higiene-Cosmética, Droguería y Parafarmacia.

400 empleados

Casa Matachín, fabricante y especialista en productos elaborados derivados de la carne de pollo y pavo desde 1990, dispone de un centro de producción de elaborado y un almacén logístico. En la actualidad cuenta con una plantilla de 400 empleados.

Además, la empresa está integrada desde 1996 en el grupo avícola Padesa, propietario de granjas propias, incubadoras, fábricas de pienso y mataderos, así como con una importante red de distribución propia con plataformas en toda España.





Noticias del Sector

Jueves 22 de Diciembre de 2016



PUBLICADO EL 20/12/2016

Entregados los galardones Producto del Año

Un total de 45 referencias reciben el Gran Premio a la Innovación 2017

infoRETAIL.- Los 45 ganadores de la 17ª edición del Gran Premio a la Innovación se conocieron anoche, en un evento celebrado en el hotel Catalonia Plaza, en Barcelona, después de un estudio realizado a más de 10.000 personas.

Los galardonados han sido designados tras un estudio realizado el pasado mes de octubre entre el panel de consumidores de Netquest a una selección de productos nuevos lanzados al mercado entre el 1 de enero de 2015 y el 30 de septiembre de 2016 en los sectores de alimentación, higiene-cosmética, droguería y parafarmacia.

En total se ha encuestado via online a 10.032 individuos representativos de la población española entre 18 y 55 años que han valorado la innovación y grado de intención de compra de cada uno de los candidatos. Además se ha realizado una prueba de producto a 100 personas por participante para valorar cualidades muy diversas como la relación calidad-precio, el envase, sabor, perfume, eficacia...

Los 45 productos premiados se identificarán durante todo el año 2017 con el logotipo Elegido Producto del Año en su comunicación. Asimismo, en el marco de la colaboración que El Producto del Año mantiene con Euromadi, los productos más innovadores de 2017 contarán además con acciones especiales en más de 6.000 puntos de venta, con expositores, 'stoppers' y folletos informativos para facilitar que los consumidores accedan a la innovación relevante.

Los 45 productos premiados, pertenecientes a 35 empresas distintas, son:

- Categoría de Multivitamínicos, galardón para Supradyn Activo Mujer, de Bayer Hispania.
- Categoría de Cervezas sin Alcohol, premio para San Miguel 0,0 Isotónica, de Mahou San Miguel.
- Categoría de Cervezas con Limón, reconocimiento para Mahou Limón, de Mahou San Miguel.
- Categoría de Refrescos de Té, galardón para Cuida-té Natural Fresh Tea, de Expréssate.





- Categoría de Complementos Alimenticios a base de Vitamina C, premio para Leotron VIT.C, de Angelini Farmacéutica.
- Categoría de Embutidos, galardón para Noel Veggie, de Noel Alimentaria.
- Categoría de Postres, reconocimiento para Gama Dhul Gourmand, de Andros.
- Categoría de Yogures Saludables, premio para Activia Semillas y Cereales, de Danone.
- Categoría de Yogures Griegos, galardón para Oikos Caramelo y Oikos Manzana-Canela, de Danone.
- Categoría de Hamburguesas, premio para Burger de Pollo y Zanahoria, de Casa Matachin Aves Nobles y Derivados.
- Categoría de Leches, galardón para Leche Pascual 0%, de Calidad Pascual.
- Categoría de Huevos, reconocimiento para Huevos Demillo, de Avícola Tratante.
- Categoría de Lácteos Ecológicos, premio para Las 2 Vacas, de Danone.
- Categoría de Postres Lácteos Infantiles, reconocimiento para logolino Suave y Cremoso, de Nestlé España.
- Categoría de Ensaladas Preparadas, galardón para Enrollados de Pollo, de Grupo Primaflor.
- Categoría de Platos Orientales, premio para Gama de Rollitos, de Ta-Tung Platos Precocinados.
- Categoría de Snacks, reconocimiento para Gama Snackium Velarte, de Productos Velarte.
- Categoría de Bebidas Espirituosas, galardón para Larios Rosé, de Maxxium España.
- Categoría de Salsas, premio para Allioli Intenso Choví, de Choví.
- Categoría de Bollería, galardón para Línea Dulcesol Innova, de Grupo Dulcesol.
- Categoría de Platos Preparados, premio para Yatekomo World Tour, de Gallina Blanca.
- Categoría de Coloración, reconocimiento para Magic Retouch Retoca-Raíces Instantáneo, de L'Oréal Paris.
- Categoría de Cremas Corporales, galardón para Naturalium Crema Corporal Nuts, de Beauty Emotions.
- Categoría de Higiene Corporal, premio para Lovium Gel de Baño Perfumado, de Beauty Emotions.
- Categoría de Aclarantes Capilares, reconocimiento para Colorcrem Blonde Box, de Eugene Perma.
- Categoría de Cuidado Capilar, galardón para Mascarilla Pre-Champú Elvive Arcilla Extraordinaria, de L'Oréal Paris.
- Categoría de Incontinencia, premio para Indasec Discreet, de Laboratorios Indas.
- Categoría de Cuidado Facial, galardón para Revitalift Laser X3
 Doble Cuidado Rejuvenecedor Visible, de L'Oréal Paris.
- Categoría de Higiene Bucal, premio para Oral-B Pro-Expert Dientes Fuertes, de Procter & Gamble España.
- Categoría de Cuidado Íntimo, galardón para Melagyn Hidratante Vaginal Gynea, de Kern Pharma.
- Categoría de PAE Cuidado Capilar, premio para Plancha de Pelo Rowenta Premium Care Brush & Straight, de Groupe SFB
- Categoría de Higiene del Bebé, galardón para Moltex Premium, de Ontex.
- Categoría de Afeitado, premio para Maquinilla BIC Flex 3 Comfort, de BIC.



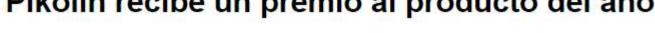


- Categoría de Limpieza de Electrodomésticos, reconocimiento para Carelli Limpiador de Cafeteras, de Carelli 2007.
- Categoría de Colchones, premio para Bultex Nanotech, de Pikolin.
- Categoría de Antipiojos, galardón para Filvit Hogar, de Uriach.
- Categoría de Jardinería, reconocimiento para Green-Top, de Vitaterra (Grupo Mirat Fertilizantes).
- Categoría de Detergentes, premio para Flopp Ropa Bebé, de Carelli 2007.
- Categoría de Lavavajillas, galardón para Flopp Lavavajillas Gel Ecolabel, de Carelli 2007.
- Categoría de Sofás, reconocimiento para Natura Plus, de Grupo Lo Monaco.
- Categoría de Pinturas, galardón para Oxiron Esmalte antioxidante al agua, de Titanlux.
- Categoría de Papel Higiénico, premio para Colhogar Just-1, de SCA Hygiene Products.
- Categoría de PAE Hogar, galardón para Cepillo de Vapor Rowenta Acces' Steam, de Groupe SEB.
- Categoría de PAE Cocina, premio para Robot de cocina Moulinex I-Companion, de Groupe SEB.
- Categoría de Limpieza del Hogar, galardón para Regina Blitz, de Sofidel Spain.





Pikolín recibe un premio al producto del año





La tecnología del colchón del grupo Pikolín, Bultex Nanotech, ha sido reconocida con el premio Producto del Año 2017 en la categoría de Descanso. Este es el único certamen donde se eligen, mediante el voto directo de más de 10.000 consumidores, los productos más innovadores del año. Es el segundo año consecutivo que la compañía aragonesa se hace con este galardón. Bultex Nanotech se basa en una composición nanocelular que aisla los movimientos de la pareja.





Dos de cada tres españoles quieren innovación en el súper

Redacción Ocom.es

El pasado lunes tuvo lugar la 17ª entrega de galardones del Gran Premio a la Innovación, en la que se dieron a conocer las 45 innovaciones que han sido elegidas Producto del Año 2017 tras un exhaustivo estudio a más de 10.000 personas representativas de la población española.

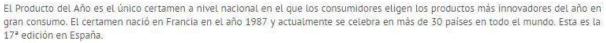
La ceremonia de entrega de premios, presentada por la directora general del certamen, Blanca Gener, y Federico de Juan, congregó a más de 350 invitados entre los que se encontraban los máximos representantes de las empresas premiadas, destacadas personalidades del mundo empresarial, del marketing y la comunicación, convirtiéndose en la gran fiesta de la innovación.

Según el estudio realizado por Netquest para El Producto del Año, la innovación es un valor en alza entre los consumidores. Al 66,2% de la población le gusta probar productos nuevos, un dato que alcanza el 70,5% en el caso de las mujeres, y el 53,3% está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae.

El 31,5% de los encuestados se muestra dispuesto a pagar más por un producto de marca fabricante que por otro de marca blanca. Y solo el 37,8% reconoce que prefiere productos de marca blanca porque son más baratos.

La recomendación (45,1%) es el tercer motivo para comprar un nuevo producto

detrás de haberlo visto anunciado (49,8%) y de que satisfaga una nueva necesidad (47,4%).





Los galardonados han sido designados tras un estudio realizado el pasado mes de octubre entre el panel de consumidores de Netquest a una selección de productos nuevos lanzados al mercado entre el 1 de enero de 2015 y el 30 de septiembre de 2016 en los sectores de alimentación, higiene-cosmética, droquería y parafarmacia.

GRAN PREMIO A LA

INNOVACIÓN 2017

POR 10.000 CONSUMIDORES

En total se ha encuestado vía on-line a 10.032 individuos representativos de la población española entre 18 y 55 años que han valorado la innovación y grado de intención de compra de cada uno de los candidatos. Además se ha realizado una prueba de producto a 100 personas por participante para valorar cualidades muy diversas como la relación calidad-precio, el envase, sabor, perfume, eficacia...

Los 45 productos premiados se identificarán durante todo el año 2017 con el logotipo Elegido Producto del Año en su comunicación.

En el marco de la colaboración que El Producto del Año mantiene con Euromadi, los productos más innovadores de 2017 contarán además con acciones especiales en más de 6.000 puntos de venta, con expositores, stoppers y folletos informativos para facilitar que los consumidores accedan a la innovación relevante.

Estos productos pertenecen a 35 empresas distintas, 13 de las cuales participaban por primera vez en el certamen. Los productos galardonados en esta edición son:





Categoría	Nombre Producto	Empresa
Multivitamínicos	Supradyn Activo Mujer	Bayer Hispania S.L.
Cervezas sin Alcohol	San Miguel 0,0 Isotónica	Mahou San Miguel
Cervezas con Limón	Mahou Limón	Mahou san Miguel
Refrescos de té	Cuida-té Natural Fresh Tea	Expréssate, S.L.
Complementos Alimentícios a base de Vitamina C	Leotron VIT.C	Angelini Farmacéutica
Embutidos	Noel Veggie	Noel Alimentaria
Postres	Gama Dhul Gourmand	Andros
Yogures Saludables	Activia Semillas y Cereales	Danone
Yogures Griegos	Oikos Caramelo y Oikos Manzana-canela	Danone
Hamburguesas	Burger de Pollo y Zanahoria Casa Matachin	Aves Nobles y Derivados
		The state of the s

	Matachin	
Higiene del Bebé	Moltex Premium	Ontex
Afeitado	Maquinilla BIC Flex 3 Comfort	BIC
Limpieza de Electrodomésticos	CARELI Limpiador de Cafeteras	CARELI 2007, S.L.
Colchones	Bultex Nanotech	Pikolin
Antipiojos	Filvit Hogar	Uriach
Jardinería	Green-Top, el fertilizante más completo	Vitaterra (Grupo Mirat Fertilizantes)
Detergentes	FLOPP Ropa BEBÉ	CARELI 2007, S.L.
Lavavajillas	FLOPP Lavavajillas gel ECOLABEL	CARELI 2007, S.L.
Sofás	Sofá Natura Plus	Grupo Lo Monaco
Pinturas	OXIRON Esmalte antioxidante al agua	Titanlux
Papel Higiénico	Colhogar Just-1	SCA Hygiene Products
PAE Hogar	Cepillo de Vapor Rowenta Acces' Steam	Groupe SEB
PAE Cocina	Robot de cocina Moulinex I-Companion	Groupe SEB
Limpieza del Hogar	Regina Blitz	Sofidel Spain

Cuidado Facial	Revitalift Laser X3 Doble Cuidado Rejuvenecedor Visible	L'Oréal Paris
Higiene Bucal	Oral-B Pro-Expert Dientes Fuertes	Procter & Gamble España S.A.
Cuidado Íntimo	Melagyn Hidratante Vaginal	Gynea de Kern Pharma
PAE Cuidado Capilar	Plancha de Pelo Rowenta Premium Care Brush & Straight	Groupe SEB





Larios Rosé, Premio Producto del Año 2017 a la Innovación

Compartir en Facebook

Compartir en Twitter

Compartir en Google+

La ginebra Premium de fresas de Larios acaba de ser reconocida con este galardón a la Innovación en la categoría 'Bebidas Espirituosas' Como cierre a un año muy especial en el que Larios, la primera ginebra mediterránea, está celebrando su 150 Aniversario, Larios Rosé acaba de ser nombrada Premio Producto del Año a la Innovación 2017.



Larios Rosé es la ginebra Premium de fresas de Larios, una ginebra evocadora de un sabor suave y equilibrado, en el que se combina delicadamente su sabor y aroma a fresas. Su frescura y suavidad han sido precisamente una de las cualidades más valoradas por los consumidores, así como su espectacular packaging, que le ha llevado a conseguir el primer puesto en su categoría.

La apuesta de Larios por la renovación y el diseño de vanguardia ha quedado patente a lo largo de sus 150 años de historia, tanto en la evolución del formato y diseño como en el desarrollo de nuevas referencias Premium, como Larios Rosé, Una premisa que ahora es reconocida por el **Gran Premio a la Innovación 2017.**









Este galardón, **que acaba de celebrar su 17ª edición**, tiene como objetivo que el consumidor sea el auténtico protagonista a la hora de elegir 'Los Productos del Año'. Esta edición, Netquest y ClubCompráctica han sido las encargadas de realizar el estudio **mediante el voto directo de más de 10.000 consumidores**, que ha dado como resultado los productos más innovadores del año.

Gracias a su trayectoria, el Gran Premio se ha convertido en un referente entre público y consumidores, conocido por más del 60% de la población, especialmente entre los más jóvenes (18 a 25 años), **asociado a un sello de garantía y calidad para el 65,4% y para el 63,4% le otorga confianza a la hora de adquirir el producto** en el mercado. Suavidad, frescura, sofisticación y diseño son las claves que han convertido a Larios Rosé en la bebida espirituosa más innovadora de 2017

Si te ha gustado, comparte!





Al 66'2% de los españoles les gusta probar productos nuevos

21 DICHMBRE 2016 / 05:00H

La Entrega de Galardones del Gran Premio a la Innovación, en la que se dieron a conocer las 45 innovaciones que han sido Elegidas Producto del Año 2017 tras un exhaustivo estudio a más de 10.000 personas representativas de la población española.

La Ceremonia de Entrega de Premios, presentada por Blanca Gener, directora general del certamen, y Federico de Juan, congregó a más de 350 invitados entre los que se encontraban los máximos representantes de las empresas premiadas, destacadas personalidades del mundo empresarial, del marketing y la comunicación, convirtiéndose en la gran fiesta de la innovación.



La innovación es un valor en alza entre los consumidores. Al 66.2% de la población le gusta probar productos nuevos, un dato que alcanza el 70.5% en el caso de las mujeres, y el 53.3% está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae.

El 31.5% de los encuestados se muestra dispuesto a pagar más por un producto de marca fabricante que por otro de marca blanca. Y sólo el 37.8% reconoce que prefiere productos de marca blanca porque son más baratos.

La recomendación (45.1%) es el tercer motivo para comprar un nuevo producto detrás de haberlo visto anunciado (49.8%) y de que satisfaga una nueva necesidad (47.4%).

Estos son algunos de los datos que arroja el estudio realizado por Netquest para El Producto del Año.





El Producto del Año es el único certamen a nivel nacional en el que los consumidores eligen los productos más innovadores del año en gran consumo. El certamen nació en Francia en el año 1987 y actualmente se celebra en más de 30 países en todo el mundo. Ésta es la 17a edición en España.

Los galardonados han sido designados tras un estudio realizado el pasado mes de Octubre entre el panel de consumidores de Netquest a una selección de productos nuevos lanzados al mercado entre el 1 de enero de 2015 y el 30 de septiembre de 2016 en los sectores de Alimentación, Higiene-Cosmética, Droquería y Parafarmacia.

En total se ha encuestado vía on-line a 10.032 individuos representativos de la población española entre 18 y 55 años que han valorado la innovación y grado de intención de compra de cada uno de los candidatos. Además se ha realizado una prueba de producto a 100 personas por participante para valorar cualidades muy diversas como la relación calidad-precio, el envase, sabor, perfume, eficacia...

Los 45 productos premiados se identificarán durante todo el año 2017 con el logotipo Elegido Producto del Año en su comunicación. En el marco de la colaboración que El Producto del Año mantiene con Euromadi, los productos más innovadores de 2017 contarán además con acciones especiales en más de 6.000 puntos de venta, con expositores, stoppers y folletos informativos para facilitar que los consumidores accedan a la innovación relevante.





Grupo Euromadi apoya la innovación en la 17º Entrega del Producto del Año

por Retail Actual \$\frac{\text{times}}{\text{composition}}\$ 21 de diciembre, 2016 \$\text{\text{Empresa}}\$ \$\text{\text{comentarios}}\$ \$\text{comentarios}\$ \$\text{\text{Comentarios}}\$ \$\text{SHARE}\$ \$\text{\text{E}\$\$\sqrt{\text{E}\$}\$\text{\text{SI}}\$\$\text{\$\text{Comentarios}}\$\$ < \text{Volver}\$

La central de compras Euromadi y El Producto del Año han renovado su acuerdo de colaboración para apoyar la innovación relevante y llevar a cabo acciones especiales -como la edición de folletos o la colocación de expositores- en los más de 6.000 puntos de venta de los asociados de Euromadi



Grupo Euromadi, central multisectorial de compras y servicios para la distribución comercial, ha sido una de las compañías participantes en la 17ª Entrega de Galardones del Gran Premio a la Innovación, celebrada en el Hotel Catalonia Plaza de Barcelona. En el evento, en el que se dieron a conocer los 45 productos más valorados por los consumidores por su innovación, se dieron cita más de 350 invitados entre los que se encontraban destacados representantes de la industria, del sector del gran consumo, el marketing y la comunicación.

Las 45 innovaciones reconocidas han sido elegidas Producto del Año 2017 tras un exhaustivo estudio a más de 10.000 personas representativas de la población española. De cara al próximo año, en el marco de la colaboración que **Grupo Euromadi** mantiene, los productos más innovadores de contarán con acciones especiales en más de 6.000 puntos de venta, con expositores, *stoppers* y folletos informativos para facilitar que los consumidores accedan a la innovación verdaderamente relevante.

Aportar valor añadido

Tal como explica **José Martínez**, director del área comercial de Euromadi, la apuesta por la innovación es uno de los "pilares de futuro dentro de nuestro Plan Estratégico, ya que se trata de un elemento que aporta valor al mercado y es clave en el crecimiento y la generación de negocio".

Desde **Euromadi** se realizan acciones periódicas para apoyar la innovación en el punto de venta, para contribuir a que los consumidores sean conscientes de aquellos productos que aportan algo diferencial en su categoría. "Apoyamos la labor de las marcas y de los **fabricantes que innovan**, que desarrollan una **innovación genuina** ya que finalmente esos productos tienen un ratio de éxito del 73%, frente a las meras copias –o evoluciones- que están en el 20%", concluyó Martínez.





Al 66'2% de los españoles les gusta probar productos nuevos



Ganadores Producto del Año 2017

Anoche tuvo lugar en el Hotel Catalonia Plaza de Barcelona la 17ª Entrega de Galardones del Gran Premio a la Innovación, en la que se dieron a conocer las 45 innovaciones que han sido Elegidas Producto del Año 2017 tras un exhaustivo estudio a más de 10.000 personas representativas de la población española.

La Ceremonia de Entrega de Premios, presentada por Blanca Gener, directora general del certamen, y Federico de Juan, congregó a más de 350 invitados entre los que se encontraban los máximos representantes de las empresas premiadas, destacadas personalidades del mundo empresarial, del marketing y la comunicación, convirtiéndose en la gran fiesta de la innovación.



Federico de Juan y Blanca Gener presentando la Ceremonia

La innovación es un valor en alza entre los consumidores. Al 66.2% de la población le gusta probar productos nuevos, un dato que alcanza el 70.5% en el caso de las mujeres, y el 53.3% está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae.





El 31.5% de los encuestados se muestra dispuesto a pagar más por un producto de marca fabricante que por otro de marca blanca. Y sólo el 37.8% reconoce que prefiere productos de marca blanca porque son más baratos.

La recomendación (45.1%) es el tercer motivo para comprar un nuevo producto detrás de haberlo visto anunciado (49.8%) y de que satisfaga una nueva necesidad (47.4%).

El Producto del Año es el único certamen a nivel nacional en el que los consumidores eligen los productos más innovadores del año en gran consumo. El certamen nació en Francia en el año 1987 y actualmente se celebra en más de 30 países en todo el mundo. Ésta es la 17ª edición en España.



Ganador concurso Cena con glamour

Los galardonados han sido designados tras un estudio realizado el pasado mes de Octubre entre el panel de consumidores de Netquest a una selección de productos nuevos lanzados al mercado entre el 1 de enero de 2015 y el 30 de septiembre de 2016 en los sectores de Alimentación, Higiene-Cosmética, Droguería y Parafarmacia.





En total se ha encuestado vía on-line a 10.032 individuos representativos de la población española entre 18 y 55 años que han valorado la innovación y grado de intención de compra de cada uno de los candidatos. Además se ha realizado una prueba de producto a 100 personas por participante para valorar cualidades muy diversas como la relación calidad-precio, el envase, sabor, perfume, eficacia...

Los 45 productos premiados se identificarán durante todo el año 2017 con el logotipo Elegido Producto del Año en su comunicación.

En el marco de la colaboración que El Producto del Año mantiene con Euromadi, los productos más innovadores de 2017 contarán además con acciones especiales en más de 6.000 puntos de venta, con expositores, stoppers y folletos informativos para facilitar que los consumidores accedan a la innovación relevante.

Estos productos pertenecen a 35 empresas distintas, 13 de las cuales participaban por primera vez en el certamen.







Enrollados de pollo, los consumidores lo escogen como Producto del Año 2017 por su innovación



El último lanzamiento del Grupo Primaflor, una de las empresas más punteras del sector hortofrutícola español, ha sido elegido como **Producto del Año con el Gran Premio de Innovación** 2017 por 10.000 consumidores. Los enrollados de pollo, que forman parte de las más de 100 referencias que dispone la compañía, son una alternativa innovadora a las ensaladas para llevar, un producto adaptado al estilo de vida actual que aporta los valores nutricionales necesarios para una comida sana y equilibrada.

La compañía apuesta por la innovación agroalimentaria basada en la inversión en tecnología sostenible y en la investigación de productos adaptados a los hábitos de consumo del momento. Así, el público ha seleccionado uno de sus últimos lanzamientos al mercado por ser una alternativa perfecta para aquellos con un ritmo de vida acelerado que buscan un plato rápido, atractivo y fácil de comer.

Alternativa saludable y on the go

Los **enrollados de pollo de Primaflor** se componen de tortillas de trigo acompañadas de escarola lisa, radicchio, batavia verde, tomate, pollo, quesos edam y cheddar rallado grueso y salsa yogur. Los ingredientes han sido seleccionados de forma meticulosa valorando sus **características nutricionales y sabor**, contienen proteínas, calcio, fósforo, fibra y antioxidantes, aportando energía y regulando el tránsito intestinal. Apto para toda la familia.





Green-Top de Mirat Fertilizantes, producto del año 2017

El fertilizante líquido de la empresa Mirat fue galardonado en la modalidad de jardinería.

21/12/2016















Como nos indican desde la organización "los productos premiados con el "Producto del Año 2017", han pasado por una doble selección: la primera por el comité deontológico del certamen que es quién los valida; y la segunda por un jurado más estricto, los consumidores, con una metodología rigurosa y sólida

basada en un test de concepto a más de 10.000 consumidores representativos de la población española, más un test de producto a 100 personas del target".

Con esta metodología el elector tiene todos los datos necesarios del producto como si estuviera frente a una decisión de compra real. Los premios al Producto del año se han convertido en un referente para los







consumidores, dado que más del 62% de la población los conoce, en particular el público más joven que lo asocia a un sello de garantía de calidad, otorgándole confianza a la hora de adquirir los productos premiados en el mercado.

Por ello este galardón como nos indica el director Ejecutivo de Vitaterra "supone, para Mirat Fertilizantes, una nueva marca de calidad, dado que los premiados podremos utilizar el sello con el logotipo, Producto del Año 2017, durante todo el año en todas las acciones de comunicación o publicidad que hagamos".

Productos del Año, organizadores del certamen, ha cerrado en los últimos meses diferentes acuerdos de colaboración con la finalidad de acercar cada vez más la innovación a los consumidores, destacando los relativos a los puntos de ventas firmados con In- Store1on1 y central de compras de Euromadi, de ahí que como nos argumenta Mario Martín "el premio supone un gran revulsivo para el área de innovación de Mirat Fertilizantes en general y, en particular, para Vitaterra, ya que gracias al mismo podremos hacer llegar a un mayor número de hogares españoles nuestro fertilizante líquido para plantas y flores Green-Top".

Green-Top, es un compuesto nutricional líquido, que contiene 15 elementos esenciales para el desarrollo de las plantas y flores. Su equilibrada y completa formulación permite nutrir a la planta de manera rápida y eficiente, así como corregir deficiencias y problemas fitopatológicos al aplicar vitaminas y aminoácidos, como nos indican desde Vitaterra.

Según nos explica Mario Martín, "Vitaterra fabrica y distribuye en Salamanca productos para la jardinería doméstica y agricultura de alto valor añadido desde 1999, lo cual junto a la cuidada imagen y calidad de nuestros productos nos ha permitido no solo la implantación en el 100% del territorio nacional, internacionalmente con la exportación a una decena de países, compitiendo en mercados tan exigentes como el francés, italiano o ruso".

















EL PUBLICISTA

REPORTAJES

Elegidos los Productos del Año 2017



DANIEL CAMPO, 21 DE DICIEMBRE DE 2016

Un total de 45 productos de diferentes sectores han sido premiados en la 17 edición del Gran Premio a la Innovación, que distingue a los Productos del Año 2017 tras un exhaustivo estudio a más de 10.000 personas representativas de la población española.

Los galardonados han sido designados tras un estudio realizado el pasado mes de octubre entre el panel de consumidores de Netquest a una selección de productos nuevos lanzados al mercado entre el 1 de enero de 2015 y el 30 de septiembre de 2016 en los sectores de Alimentación, Higiene-Cosmética, Droguería y Parafarmacia.

En total se ha encuestado vía on-line a 10.032 individuos representativos de la población española entre 18 y 55 años que han valorado la innovación y grado de intención de compra de cada uno de los 2 candidatos. Además se ha realizado una prueba de producto a 100 personas por participante para valorar cualidades muy diversas como la relación calidad-precio, el envase, sabor, perfume, eficacia

Los 45 productos premiados se identificarán durante todo el año 2017 con el logotipo Elegido Producto del Año en su comunicación.

En el marco de la colaboración que El Producto del Año mantiene con Euromadi, los productos más innovadores de 2017 contarán además con acciones especiales en más de 6.000 puntos de venta, con expositores, stoppers y folletos informativos para facilitar que los consumidores accedan a la innovación relevante.

La ceremonia de entrega de premios, celebrada el 19 de diciembre y presentada por Blanca Gener, directora general del certamen, y Federico de Juan, congregó a más de 350 invitados entre los que se encontraban los máximos representantes de las empresas premiadas, destacadas personalidades del mundo empresarial, del marketing y la comunicación, convirtiéndose en la gran fiesta de la innovación.





El Producto del Año es el único certamen a nivel nacional en el que los consumidores eligen los productos más innovadores del año en gran consumo. El certamen nació en Francia en el año 1987 y actualmente se celebra en más de 30 países en todo el mundo.

La innovación gusta

La innovación es un valor en alza entre los consumidores. Al 66.2% de la población le gusta probar productos nuevos, un dato que alcanza el 70.5% en el caso de las mujeres, y el 53.3% está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae, según un estudio realizado por Netquest para El Producto del Año.

El 31.5% de los encuestados se muestra dispuesto a pagar más por un producto de marca fabricante que por otro de marca blanca. Y sólo el 37.8% reconoce que prefiere productos de marca blanca porque son más baratos. La recomendación (45.1%) es el tercer motivo para comprar un nuevo producto detrás de haberlo visto anunciado (49.8%) y de que satisfaga una nueva necesidad (47.4%).

Ver video resumen de la gala.

Ver fotografías de la gala.

En El Publicista nº 356, correspondiente a la segunda quincena de diciembre, se ofrecerá una amplia información con la descripción de los productos y sus estrategias de comunicación y publicidad.

Ganadores de la decimoséptima edición

Los 45 candidatos que finalmente resultaron "Elegidos Productos del Año 2017" tras la votación de 10.032 consumidores son:

Categoría	Nombre Producto	Empresa
Multivitamínicos	Supradyn Activo Mujer	Bayer Hispania S.L.
Cervezas sin Alcohol	San Miguel 0,0 Isotónica	Mahou San Miguel
Cervezas con Limón	Mahou Limón	Mahou san Miguel
Refrescos de té	Cuida-té Natural Fresh Tea	Expréssate, S.L.
Complementos Alimenticios a base de Vitamina C	Leotron VIT.C	Angelini Farmacéutica
Embutidos	Noel Veggie	Noel Alimentaria
Postres	Gama Dhul Gourmand	Andros
Yogures Saludables	Activia Semillas y Cereales	Danone
Yogures Griegos	Oikos Caramelo y Oikos Manzana- canela	Danone
Hamburguesas	Burger de Pollo y Zanahoria Casa Matachin	Aves Nobles y Derivados
Leches	Leche Pascual 0%	Calidad Pascual S.A.U.
Huevos	Huevos Demillo	Avícola Tratante, S.L.
Lácteos Ecológicos	Las 2 Vacas	Danone
Postres Lácteos Infantiles	IOGOLINO Suave y Cremoso	Nestlé España S.A. Nutrición Infantil
Ensaladas Preparadas	Enrollados de Pollo	Grupo Primaflor
Platos Orientales	Gama de Rollitos	Ta-Tung Platos Precocinados, S.L.
Snacks	Gama SNACKIUM® VELARTE	Productos Velarte, S.L.
Bebidas Espirituosas	Larios Rosé	Maxxium España SL





Salsas	Allioli Intenso Choví	Choví SL				
Bollería Línea Dulcesol Innova		Grupo Dulcesol				
Platos Preparados	Yatekomo World Tour	Gallina Blanca				
Coloración	Magic Retouch Retoca-Raíces Instantáneo	L'Oréal Paris				
Cremas Corporales Naturalium Crema Corporal Nuts		Beauty Emotions				
Higiene Corporal	Lovium Gel de Baño Perfumado	Beauty Emotions				
Aclarantes Capilares	Colorcrem Blonde Box	Eugene Perma				
Cuidado Capilar	Mascarilla Pre-Champú Elvive Arcilla Extraordinaria	L'Oréal Paris				
Incontinencia	Indasec® Discreet	Laboratorios Indas S.A.U				
Cuidado Facial	Revitalift Laser X3 Doble Cuidado Rejuvenecedor Visible	L'Oréal Paris				
Higiene Bucal	Oral-B Pro-Expert Dientes Fuertes	Procter & Gamble España S.A.				
Cuidado Íntimo	Melagyn Hidratante Vaginal	Gynea de Kern Pharma				
PAE Cuidado Capilar	Plancha de Pelo Rowenta Premium Care Brush & Straight	Groupe SEB				
Higiene del Bebé	Moltex Premium	Ontex				
feitado Maquinilla BIC Flex 3 Comfort		BIC				
Limpieza de Electrodomésticos	CARELI Limpiador de Cafeteras	CARELI 2007, S.L.				
Colchones	Bultex Nanotech	Pikolin				
Antipiojos	Filvit Hogar	Uriach				
Jardinería	Green-Top, el fertilizante más completo	Vitaterra (Grupo Mirat Fertilizantes)				
Detergentes	FLOPP Ropa BEBÉ	CARELI 2007, S.L.				
Lavavajillas	FLOPP Lavavajillas gel ECOLABEL	CARELI 2007, S.L.				
Sofás	Sofá Natura Plus	Grupo Lo Monaco				
Pinturas	OXIRON Esmalte antioxidante al agua	Titanlux				
Papel Higiénico	Colhogar Just-1	SCA Hygiene Products				
PAE Hogar Cepillo de Vapor Rowenta Acces' Steam		Groupe SEB				
PAE Cocina	Robot de cocina Moulinex I- Companion	Groupe SEB				
Limpieza del Hogar	Regina Blitz	Sofidel Spain				
	nine i a constituti i i i i i i i i i i i i i i i i i	I Secretaria de Astrola do Estado de Secretario de Astrola de Astr				



farmaventas



Al 66'2% de los españoles les gusta probar productos nuevos

El pasado día 19 de diciembre por la noche tuvo lugar en el Hotel Catalonia Plaza de Barcelona la 17ª Entrega de Galardones del Gran Premio a la Innovación, en la que se dieron a conocer las 45 innovaciones que han sido Elegidas Producto del Año 2017 tras un exhaustivo estudio a más de 10.000 personas representativas de la población española. La Ceremonia de Entrega de Premios, presentada por Blanca Gener, directora general del certamen, y Federico de Juan, congregó a más de 350 invitados.

Entre los invitados se encontraban los máximos representantes de las empresas premiadas, destacadas personalidades del mundo empresarial, del marketing y la comunicación, convirtiéndose en la gran fiesta de la innovación. La innovación es un valor en alza entre los consumidores. Al 66.2% de la población le gusta probar productos nuevos, un dato que alcanza el 70.5% en el caso de las mujeres, y el 53.3% está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae.

El 31.5% de los encuestados se muestra dispuesto a pagar más por un producto de marca fabricante que por otro de marca blanca. Y sólo el 37.8% reconoce que prefiere productos de marca blanca porque son más baratos. Estos son algunos de los datos que arroja el estudio realizado por Netquest para **El Producto del Año.**

El Producto del Año es el único certamen a nivel nacional en el que los consumidores eligen los productos más innovadores del año en gran consumo. Los galardonados han sido designados tras un estudio realizado el pasado mes de Octubre entre el panel de consumidores de Netquest a una selección de productos nuevos lanzados al mercado entre el 1 de enero de 2015 y el 30 de septiembre de 2016 en los sectores de Alimentación, Higiene-Cosmética, Droguería y Parafarmacia.

Los 45 productos premiados se identificarán durante todo el año 2017 con el logotipo Elegido Producto del Año en su comunicación. En el marco de la colaboración que El Producto del Año mantiene con Euromadi, los productos más innovadores de 2017 contarán además con acciones especiales en más de 6.000 puntos de venta, con expositores, stoppers y folletos informativos para facilitar que los consumidores accedan a la innovación relevante.





Empresas | Consumidores |

La línea Snackium de Velarte se lleva el premio al Producto del Año en la gama de snacks





HOSTELVENDING.com 21/12/2016.- El pasado 19 de diciembre tuvo lugar en el Hotel Catalonia Plaza de Barcelona la 17^a Entrega de Galardones del Gran Premio a la Innovación, en la que se dieron a conocer las 45 innovaciones que han sido Elegidas Producto del Año 2017 tras un exhaustivo estudio a más de 10.000 personas representativas de la población española.

Entre los galardonados destaca en la gama de snacks la línea Snackium de Velarte, una gama premium de aperitivos a base de pan elaborados con ingredientes gourmets y una receta que persigue potenciar el sabor y la calidad de la materia prima empleada.

Entre los galardonados destaca en la gama de snacks la línea Snackium de Velarte, una gama premium de aperitivos a base de pan elaborados con ingredientes gourmets y una receta que persigue potenciar el sabor y la calidad de la materia prima empleada.

La compañía, una de las más destacadas dentro del vending por la variedad de propuestas y la gran aceptación que tiene entre los consumidores, presentó tres sabores: Snackium Algas con lechuga de mar, semillas de girasol y un toque de aceite de oliva virgen extra; Snackium Quinoa con una receta exclusiva de semillas y quinoa, con un toque final de aceite de oliva Virgen



Extra, y Snackium Pipas, con su 20% más de semillas y su remate de aceite de oliva Virgen Extra.

Ha sido una de las 45 innovaciones que más ha gustado entre los consumidores que han sido los que han tenido la última palabra en estos premios en los que se valora, en gran medida, esa capacidad de las marcas para lanzar productos novedosos.





I 66,2% de la población le gusta probar productos nuevos, un dato que alcanza el 70,5% en el caso de las mujeres, y el 53,3% está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae. El 31,5% de los encuestados se muestra dispuesto a pagar más por un producto de marca fabricante que por otro de marca blanca. Y sólo el 37,8% reconoce que prefiere productos de marca blanca porque son más baratos.

El Producto del Año es el único certamen a nivel nacional en el que los consumidores eligen los productos más innovadores del año en gran consumo. El certamen nació en Francia en el año 1987 y actualmente se celebra en más de 30 países en todo el mundo. Ésta es la 17ª edición en España.

Los 45 productos premiados se identificarán durante todo el año 2017 con el logotipo Elegido Producto del Año en su comunicación.

En el marco de la colaboración que El Producto del Año mantiene con Euromadi, los productos más innovadores de 2017 contarán además con acciones especiales en más de 6.000 puntos de venta, con expositores, stoppers y folletos informativos para facilitar que los consumidores accedan a la innovación relevante.

Snackium, nueva propuesta gourmet de Productos Velarte







Ganadores del Producto del Año 2016 (Foto: El Producto el Año)

mejores innovaciones se convierten en Productos del Año

MAS ARTICULOS DE ESTE AUTOR







Este lunes tuvo lugar en el Hotel Catalonia Plaza de Barcelona la 17 edición de entrega de galardones del Gran Premio a la Innovación, en la que se dieron a conocer las 45 innovaciones que han sido elegidas Producto del Año 2017 tras un exhaustivo estudio a más de 10.000 personas representativas de la población española.

Este lunes tuvo lugar en el Hotel Catalonia Plaza de Barcelona la 17 edición de entrega de galardones del Gran Premio a la Innovación, en la que se dieron a conocer las 45 innovaciones que han sido elegidas Producto del Año 2017 tras un exhaustivo estudio a más de 10.000 personas representativas de la población española.

La



Productos premiados

Ceremonia de Entrega de Premios, presentada por Blanca Gener, directora general del certamen, y Federico de Juan, congregó a más de 350 invitados entre los que se encontraban los máximos representantes de las empresas premiadas, destacadas personalidades del mundo empresarial, del marketing y la comunicación, convirténdose en la gran fiesta de la innovación.





La innovación es un valor en alza entre los consumidores. Al 66,2 por ciento de la población le gusta probar productos nuevos, un dato que alcanza el 70.5 por ciento en el caso de las mujeres, y el 53,3 por ciento está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae.

El 31,5 por ciento de los encuestados se muestra **dispuesto a pagar más por un producto de marca fabricante que por otro de marca blanca**. Y sólo el 37,8 por ciento reconoce que prefiere productos de marca blanca porque son más baratos.

La **recomendación** (45,1 por ciento) es el tercer motivo para comprar un nuevo producto detrás de haberlo visto anunciado (49,8 por ciento) y de que satisfaga una nueva necesidad (47,4 por ciento).



Productos premiados

Danone se alzó como la empresa de alimentación más premiada, con sendos reconocimientos para 'Activia Semillas' en la categoría de yogures saludables, 'Oikos caramelo' y 'Oikos manzana-canela" en yogures griegos y 'Las 2 vacas" en lácteos ecológicos. **Mahou San Miguel** obtuvo dos reconocimientos, para 'San Miguel 0,0% Isotónica' (cervezas sin alcohol) y 'Mahou Limón' (cervezas con limón).

El resto de galardonados en alimentación: Andros Food y su 'Gama Dhul Gourmand' (postres); Aves Nobles y Derivados por la Hamburguesa de pollo con zanahoria Casa Matachin (hamburguesas); Avícola Tratante por sus 'Huevos frescos Demillo' (huevos); Choví, por sus 'AlliOli Intenso Choví' (salsas); Dulcesol, por 'Dulcesol Innova' (bollería); Expressate por su 'Natural Fresh Tea' (refrescos de té); Gallina Blanca por Yatekomo World Tour (platos preparados); Grupo Leche Pascual por 'Leche Pascual 0%' (leche); Maxxium España por 'Larios Rosé' (bebidas espirituosas); Nestlé por 'logolino suave y cremoso' (postres lácteos infantiles); Noel Alimentaria por 'Veggie de Noel' (embutidos); Primaflor por 'Enrollados de Pollo Primaflor' (ensaladas preparadas); Ta-Tung por 'Rollitos Ta-Tung' (platos orientales); Velarte por 'Gama Snackium Velarte' (snacks); Bayer por 'Supradyn Activo Mujer' (multivitamínicos); y Angelini por 'Leotron Vitamina C' (complementos alimenticios a base de vitamina C).





L'Oréal recibió tres galardones: 'Magic Retouch' en la categoría de coloración, para 'Elvive Tratamiento Purificante Pre-Champú Arcilla Extraordinaria' en cuidado capilar, mientras que 'Revitalift Laser X3 Doble Cuidado Rejuvenecedor Visible' se alzó en cuidado facial. Por su parte, **Beauty Emotions** obtuvo los premios para 'Crema Corporal Body Butter Naturalium' en cuidado corporal y gel de baño perfumado 'Lovium' en higiene corporal. La nómina de premiados en cuidado personal la completan: 'Blonde Box de Colorcrem', de **Eugene Perma** (aclarantes capilares); 'BIC Flex 3 Comfort' de **Bic** (afeitado); 'Melagyn Hidratante Vaginal', de **Gynea Laboratorios** (cuidado íntimo); 'Indasec Discreet' de **Indas** (incontinencia); 'Oral Pro-Expert Dientes Fuertes', de **Procter & Gamble** (higiene bucal); 'Colhogar Just-1', de **SCA** (papel higiénico); 'Filvit Hogar' de **Uriach** (antipiojos); y 'Moltex Premium', de **Valor Brands** (higiene del bebé).

Careli consiguió tres distinciones: 'Careli Limpiador de Cafeteras' (limpieza de electrodomésticos), 'Flopp Ropa Bebé' (detergentes) y 'Flopp Lavavajillas Gel-Cápsulas Ecolabel' (lavavajillas). 'Regina Blitz' de **Regina** se hizo con el galardón en limpieza del hogar. El resto de premiados en categorías de no alimentación fueron 'Green-Top' de Mirat Fertilizantes (jardinería); 'Sofa Natura Plus Lo Monaco' de **Grupo Lo Monaco** (sofás); 'Bultex Nanotech', de **Pikolín** (colchones); y 'Oxiron Liso Brillante Agua' de **Titanlux** (pinturas).

Groupe SEB, consiguió premio en el apartado de electrodomésticos. 'Rowenta Premium Care Brush & Straigt' fue reconocida en PAE cuidado capilar, mientras que otro producto de la misma marca -'Plancha Vertical Rowenta Acces Steam'- se hacía con el premio en PAE hogar. Por último, SEB consiguió el premio en PAE cocina con su 'Robot Moulinex I-Companion'.

CONSULTE EL LISTADO DE LOS PREMIADOS:

Categoría	Nombre Producto	Empresa				
Multivitamínicos	Supradyn Activo Mujer	Bayer Hispania S.L.				
Cervezas sin Alcohol	San Miguel 0,0 Isotónica	Mahou San Miguel				
Cervezas con Limón	Mahou Limón	Mahou san Miguel				
Refrescos de té	Cuida-té Natural Fresh Tea	Expréssate, S.L.				
Complementos Alimenticios a base de Vitamina C	Leotron VIT.C	Angelini Farmacéutica				
Embutidos	Noel Veggie	Noel Alimentaria				
Postres	Gama Dhul Gourmand	Andros				
Yogures Saludables	Activia Semillas y Cereales	Bayer Hispania S.L. Mahou San Miguel Mahou San Miguel Expréssate, S.L. Angelini Farmacéutica Noel Alimentaria Andros Danone Danone Danone Calidad Pascual S.A.U. Avícola Tratante, S.L. Danone Nestlé España S.A. Nutrición Infantil Grupo Primaflor Ta-Tung Platos Precocinados, S.L. Productos Velarte, S.L. Maxxium España SL Choví SL Grupo Dulcesol Gallina Blanca L'Oréal Paris Beauty Emotions Beauty Emotions Eugene Perma L'Oréal Paris Laboratorios Indas S.A.U L'Oréal Paris				
Yogures Griegos	Oikos Caramelo y Oikos Manzana- canela	Danone				
Hamburguesas	Burger de Pollo y Zanahoria Casa Matachin	Aves Nobles y Derivados				
Leches	Leche Pascual 0%	Calidad Pascual S.A.U.				
Huevos	Huevos Demillo	Avícola Tratante, S.L.				
Lácteos Ecológicos	Las 2 Vacas	Danone				
Postres Lácteos Infantiles	IOGOLINO Suave y Cremoso	Nestlé España S.A. Nutrición Infantil				
Ensaladas Preparadas	Enrollados de Pollo	Grupo Primaflor				
Platos Orientales	Gama de Rollitos	Ta-Tung Platos Precocinados, S.I.				
Snacks	Gama SNACKIUM® VELARTE	Productos Velarte, S.L.				
Bebidas Espirituosas	Larios Rosé	Maxxium España SL				
Salsas	Allioli Intenso Choví	Choví SL				
Bollería	Línea Dulcesol Innova	Grupo Dulcesol				
Platos Preparados	Yatekomo World Tour	Gallina Blanca				
Coloración	Magic Retouch Retoca-Raíces Instantáneo	L'Oréal Paris				
Cremas Corporales	Naturalium Crema Corporal Nuts	Beauty Emotions				
Higiene Corporal	Lovium Gel de Baño Perfumado	Beauty Emotions				
Aclarantes Capilares	Colorcrem Blonde Box	Eugene Perma				
Cuidado Capilar	Mascarilla Pre-Champú Elvive Arcilla Extraordinaria	L'Oréal Paris				
Incontinencia	Indasec® Discreet	Laboratorios Indas S.A.U				
Cuidado Facial	Revitalift Laser X3 Doble Cuidado Rejuvenecedor Visible	L'Oréal Paris				
Higiene Bucal	Oral-B Pro-Expert Dientes Fuertes	Procter & Gamble España S.A.				
Cuidado Íntimo	Melagyn Hidratante Vaginal	Gynea de Kern Pharma				





PAE Cuidado Capilar	Plancha de Pelo Rowenta Premium Care Brush & Straight	Groupe SEB
Higiene del Bebé	Moltex Premium	Ontex
Afeitado	Maquinilla BIC Flex 3 Comfort	BIC
Limpieza de Electrodomésticos	CARELI Limpiador de Cafeteras	CARELI 2007, S.L.
Colchones	Bultex Nanotech	Pikolin
Antipiojos	Filvit Hogar	Uriach
Jardinería	Green-Top, el fertilizante más completo	Vitaterra (Grupo Mirat Fertilizantes)
Detergentes	FLOPP Ropa BEBÉ	CARELI 2007, S.L.
Lavavajillas	FLOPP Lavavajillas gel ECOLABEL	CARELI 2007, S.L.
Sofás	Sofá Natura Plus	Grupo Lo Monaco
Pinturas	OXIRON Esmalte antioxidante al agua	Titanlux
Papel Higiénico	Colhogar Just-1	SCA Hygiene Products
PAE Hogar Cepillo de Vapor Rowenta Acces' Groupe SEB Steam		Groupe SEB
PAE Cocina	Robot de cocina Moulinex I- Companion	Groupe SEB
Limpieza del Hogar	Regina Blitz	Sofidel Spain

Premios Producto del Año



DICIEMBRE 2016 | 21/12/2016

Dos de cada tres españoles quieren innovación en el súper

Redacción Qcom.es

El pasado lunes tuvo lugar la 17º entrega de galardones del Gran Premio a la Innovación, en la que se dieron a conocer las 45 innovaciones que han sido elegidas Producto del Año 2017 tras un exhaustivo estudio a más de 10.000 personas representativas de la población española.

La ceremonia de entrega de premios, presentada por la directora general del certamen, Blanca Gener, y Federico de Juan, congregó a más de 350 invitados entre los que se encontraban los máximos representantes de las empresas premiadas, destacadas personalidades del mundo empresarial, del marketing y la comunicación, convirtiéndose en la gran fiesta de la innovación.

Según el estudio realizado por Netquest para El Producto del Año, la innovación es un valor en alza entre los consumidores. Al 66,2% de la población le gusta probar productos nuevos, un dato que alcanza el 70,5% en el caso de las mujeres, y el 53,3% está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae.

El 31,5% de los encuestados se muestra dispuesto a pagar más por un producto de marca fabricante que por otro de marca blanca. Y solo el 37,8% reconoce que prefiere productos de marca blanca porque son más baratos.

La recomendación (45,1%) es el tercer motivo para comprar un nuevo producto detrás de haberlo visto anunciado (49,8%) y de que satisfaga una nueva necesidad (47,4%).



El Producto del Año es el único certamen a nivel nacional en el que los consumidores eligen los productos más innovadores del año en gran consumo. El certamen nació en Francia en el año 1987 y actualmente se celebra en más de 30 países en todo el mundo. Esta es la 17º edición en España.



Los galardonados han sido designados tras un estudio realizado el pasado mes de octubre entre el panel de consumidores de Netquest a una selección de productos nuevos lanzados al mercado entre el 1 de enero de 2015 y el 30 de septiembre de 2016 en los sectores de alimentación, higiene-cosmética, droguería y parafarmacia.

En total se ha encuestado vía on-line a 10.032 individuos representativos de la población española entre 18 y 55 años que han valorado la innovación y grado de intención de compra de cada uno de los candidatos. Además se ha realizado una prueba de producto a 100 personas por participante para valorar cualidades muy diversas como la relación calidad-precio, el envase, sabor, perfume, eficacia...

Los 45 productos premiados se identificarán durante todo el año 2017 con el logotipo Elegido Producto del Año en su comunicación.

En el marco de la colaboración que El Producto del Año mantiene con Euromadi, los productos más innovadores de 2017 contarán además con acciones especiales en más de 6.000 puntos de venta, con expositores, stoppers y folletos informativos para facilitar que los consumidores accedan a la innovación relevante.

Estos productos pertenecen a 35 empresas distintas, 13 de las cuales participaban por primera vez en el certamen. Los productos galardonados en esta edición son:





Categoría	Nombre Producto	Empresa				
Multivitamínicos	Supradyn Activo Mujer	Bayer Hispania S.L.				
Cervezas sin Alcohol	San Miguel 0,0 Isotónica	Mahou San Miguel				
Cervezas con Limón	Mahou Limón	Mahou san Miguel				
Refrescos de té	Cuida-té Natural Fresh Tea	Expréssate, S.L.				
Complementos Alimenticios a base de Vitamina C	Leotron VIT.C	Angelini Farmacéutica				
Embutidos	Noel Veggie	Noel Alimentaria				
Postres	Gama Dhul Gourmand	Andros				
Yogures Saludables	Activia Semillas y Cereales	Danone				
Yogures Griegos	Oikos Caramelo y Oikos Manzana-canela	Danone				
Hamburguesas	Burger de Pollo y Zanahoria Casa Matachin	Aves Nobles y Derivados				
Leches	Leche Pascual 0%	Calidad Pascual S.A.U.				
Huevos	Huevos Demillo	Avícola Tratante, S.L.				
Lácteos Ecológicos	Las 2 Vacas	Danone				
Postres Lácteos Infantiles	IOGOLINO Suave y Cremoso	Nestlé España S.A. Nutrición Infantil				
Ensaladas Preparadas	Enrollados de Pollo	Grupo Primaflor				
Platos Orientales	Gama de Rollitos	Ta-Tung Platos Precocinados, S.L.				
Snacks	Gama SNACKIUM® VELARTE	Productos Velarte, S.L.				
Bebidas Espirituosas	Larios Rosé	Maxxium España SL				
Salsas	Allioli Intenso Choví	Choví SL				
Bollería	Línea Dulcesol Innova	Grupo Dulcesol				
Platos Preparados	Yatekomo World Tour	Gallina Blanca				
Coloración	Magic Retouch Retoca-Raíces Instantáneo	L'Oréal Paris				
Cremas Corporales	Naturalium Crema Corporal Nuts	Beauty Emotions				
Higiene Corporal	Lovium Gel de Baño Perfumado	Beauty Emotions				
Aclarantes Capilares	Colorcrem Blonde Box	Eugene Perma				
Cuidado Capilar	Mascarilla Pre-Champú Elvive Arcilla Extraordinaria	L'Oréal Paris				
Incontinencia	Indasec® Discreet	Laboratorios Indas S.A.U				
Cuidado Facial	Revitalift Laser X3 Doble Cuidado Rejuvenecedor Visible	L'Oréal Paris				
	1.070.70.000007.170.000					

Higiene Bucal	Oral-B Pro-Expert Dientes Fuertes	Procter & Gamble España S.A.				
Cuidado Íntimo	Melagyn Hidratante Vaginal	Gynea de Kern Pharma				
PAE Cuidado Capilar	Plancha de Pelo Rowenta Premium Care Brush & Straight	Groupe SEB				
Higiene del Bebé	Moltex Premium	Ontex				
Afeitado	Maquinilla BIC Flex 3 Comfort	BIC				
Limpieza de Electrodomésticos	CARELI Limpiador de Cafeteras	CARELI 2007, S.L.				
Colchones	Bultex Nanotech	Pikolin				
Antipiojos	Filvit Hogar	Uriach				
Jardinería	Green-Top, el fertilizante más completo	Vitaterra (Grupo Mirat Fertilizantes)				
Detergentes	FLOPP Ropa BEBÉ	CARELI 2007, S.L.				
Lavavajillas	FLOPP Lavavajillas gel ECOLABEL	CARELI 2007, S.L.				
Sofás	Sofá Natura Plus	Grupo Lo Monaco				
Pinturas	OXIRON Esmalte antioxidante al agua	Titanlux				
Papel Higiénico	Colhogar Just-1	SCA Hygiene Products				
PAE Hogar	Cepillo de Vapor Rowenta Acces' Steam	Groupe SEB				
PAE Cocina	Robot de cocina Moulinex I-Companion	Groupe SEB				
Limpieza del Hogar	Regina Blitz	Sofidel Spain				



Noticias del Sector

Miércoles 21 de Diciembre de 2016



PUBLICADO EL 21/12/2016

Euromadi y la innovación

José Martínez, director del área comercial: "Es uno de nuestros pilares"

infoRETAIL.- La innovación representa uno de los pilares en la estrategia de crecimiento de Grupo Euromadi. Así lo ha reconocido José Martínez, director del área comercial de la central multisectorial de compras y servicios para la distribución, durante la 17ª Entrega de Galardones del Gran Premio a la Innovación (pincha aquí para ver la noticia).

En concreto, el directivo ha señalado que la apuesta por la innovación es uno de los "pilares de futuro dentro de nuestro Plan Estratégico, ya que se trata de un elemento que aporta valor al mercado y es clave en el crecimiento y la generación de negocio".

"Apoyamos la labor de las marcas y de los fabricantes que innovan, que desarrollan una innovación genuina ya que finalmente esos productos tienen un ratio de éxito del 73%, frente a las meras copias –o evoluciones- que están en el 20%", ha comentado José Martínez.

Euromadi recuerda que realiza acciones periódicas para apoyar la innovación en el punto de venta, para contribuir a que los consumidores sean conscientes de aquellos productos que aportan algo diferencial en su categoría.

"La innovación se plantea como un elemento imprescindible para aportar valor al sector del gran consumo, por lo que entre todos debemos apoyarla", tal como destacó José Martínez.

Desde la central de compras y servicios remarcan que innovar implica hacer una mayor inversión económica, dedicar mayores esfuerzos y recursos por parte de los fabricantes -y también de los distribuidores-, pero se trata de una de las palancas que permite generar oportunidades en un mercado maduro.



Grupo Pikolin recibe el galardón al Producto del Año en el Gran Premio de la Innovación



MERCADOS lbex 35 Otros indices Mis Valores IBEX35 ▼ -0,08% 9.400,1 MEJORES % PEORES % 1 ARCELOR +1,54 1 MAPFRE +1,32 2 REPSOL 3 GAMESA +0.79 3 MERLIN PRO -0.54 4 FERROVIAL +0,72 4 AMADEUS -0,49 +0,66 5 MEDIA SET -0,35 BOLSA MADRID DOW JONES ▼ +0,00% 948.9 ▲ +0,46% 19.974.6 EUROJDÓLAR EURO/LIBRA ▲ 1,04 (0,04%) ▲ 0,84 (0,21%) BOND 10 AÑOS PRIMA RIESGO **■1,31% ■0,25%** ▼ 106,1 (-0,38%)

La multinacional aragonesa ha sido reconocida por la tecnología Bultex Nanotech. Es el segundo año consecutivo en el que Pikolin es premiada.

La tecnología del colchón de Grupo Pikolin, Bultex Nanotech ha sido reconocida con el premio Producto del Año 2017 en la categoría de Descanso. Este es el único certamen donde se eligen, mediante el voto directo de más de 10.000 consumidores, los productos más innovadores del año. Es el segundo año consecutivo que Grupo Pikolin se hace con este galardón que en la anterior edición fue para Normasense.

La tecnología de Bultex Nanotech se basa en una composición nanocelular, con el fin de conseguir un confort más preciso, con una mejor adaptación a cada zona, peso y contorno del cuerpo, aislando completamente los movimientos de la pareja, explica la compañía en una nota.

El premio de los consumidores

El Gran Premio a la Innovación, que celebra este año su decimoséptima edición, tiene como objetivo que el consumidor sea el protagonista a la hora de elegir los productos del año. Para ello, la consultora TNS realiza un estudio con las valoraciones de más de 10.000 personas representativas de la población española.

A esta edición se han presentado los lanzamientos realizados en el mercado español entre marzo de 2015 y septiembre de 2016 pertenecientes a más de 50 empresas diferentes.







AL 66'2% DE LOS ESPAÑOLES LES GUSTA PROBAR PRODUCTOS NUEVOS

20 DICIEMBRE, 2016

Los resultados del mayor estudio representativo sobre nuevos productos se presentaron este lunes en la entrega de galardones del Gran Premio a la Innovación

Durante el acto se dieron a conocer los 45 productos más valorados por su innovación

Anoche tuvo lugar en el Hotel Catalonia Plaza de Barcelona la 17ª Entrega de Galardones del Gran Premio a la Innovación, en la que se dieron a conocer las 45 innovaciones que han sido Elegidas Producto del Año 2017 tras un exhaustivo estudio a más de 10.000 personas representativas de la población española.

La Ceremonia de Entrega de Premios, presentada por Blanca Gener, directora general del certamen, y Federico de Juan, congregó a más de 350 invitados entre los que se encontraban los máximos representantes de las empresas premiadas, destacadas personalidades del mundo empresarial, del marketing y la comunicación, convirtiéndose en la gran fiesta de la innovación.

La innovación es un valor en alza entre los consumidores. Al 66.2% de la población le gusta probar productos nuevos, un dato que alcanza el 70.5% en el caso de las mujeres, y el 53.3% está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae.

El 31.5% de los encuestados se muestra dispuesto a pagar más por un producto de marca fabricante que por otro de marca blanca. Y sólo el 37.8% reconoce que prefiere productos de marca blanca porque son más baratos.

La recomendación (45.1%) es el tercer motivo para comprar un nuevo producto detrás de haberlo visto anunciado (49.8%) y de que satisfaga una nueva necesidad (47.4%).

Estos son algunos de los datos que arroja el estudio realizado por Netquest para El Producto del Año.

El Producto del Año es el único certamen a nivel nacional en el que los consumidores eligen los productos más innovadores del año en gran consumo. El certamen nació en Francia en el año 1987 y actualmente se celebra en más de 30 países en todo el mundo. Ésta es la 17ª edición en España.

Los galardonados han sido designados tras un estudio realizado el pasado mes de Octubre entre el panel de consumidores de Netquest a una selección de productos nuevos lanzados al mercado entre el 1 de enero de 2015 y el 30 de septiembre de 2016 en los sectores de Alimentación, Higiene-Cosmética, Droguería y Parafarmacia.





En total se ha encuestado vía on-line a 10.032 individuos representativos de la población española entre 18 y 55 años que han valorado la innovación y grado de intención de compra de cada uno de los candidatos. Además se ha realizado una prueba de producto a 100 personas por participante para valorar cualidades muy diversas como la relación calidad-precio, el envase, sabor, perfume, eficacia... Los 45 productos premiados se identificarán durante todo el año 2017 con el logotipo Elegido Producto del Año en su comunicación. En el marco de la colaboración que El Producto del Año mantiene con Euromadi, los productos más innovadores de 2017 contarán además con acciones especiales en más de 6.000 puntos de venta, con expositores, stoppers y folletos informativos para facilitar que los consumidores accedan a la innovación relevante. Estos productos pertenecen a 35 empresas distintas, 13 de las cuales participaban por primera vez en el certamen. Los productos galardonados en esta edición son:

Categoría	Nombre Producto	Empresa		
Multivitamínicos	Supradyn Activo Mujer	Bayer Hispania S.L.		
Cervezas sin Alcohol	San Miguel 0,0 Isotónica	Mahou San Miguel		
Cervezas con Limón	Mahou Limón	Mahou san Miguel		
Refrescos de té	Cuida-té Natural Fresh Tea	Expréssate, S.L.		
Complementos Alimenticios a base de Vitamina C	Leotron VIT.C	Angelini Farmacéutica		
Embutidos	Noel Veggie	Noel Alimentaria		
Postres	Gama Dhul Gourmand	Andros		
Yogures Saludables	Activia Semillas y Cereales	Danone		
Yogures Griegos	Oikos Caramelo y Oikos Manzana-canela	Danone		
Hamburguesas	Burger de Pollo y Zanahoria Casa Matachin	Aves Nobles y Derivados		
Leches	Leche Pascual 0%	Calidad Pascual S.A.U.		
Huevos	Huevos Demillo	Avícola Tratante, S.L.		
Lácteos Ecológicos	Las 2 Vacas	Danone		
Postres Lácteos Infantiles	IOGOLINO Suave y Cremoso	Nestlé España S.A. Nutrición Infanti		
Ensaladas Preparadas	Enrollados de Pollo	Grupo Primaflor		
Platos Orientales	Gama de Rollitos	Ta-Tung Platos Precocinados, S.L.		
Snacks	Gama SNACKIUM® VELARTE	Productos Velarte, S.L.		
Bebidas Espirituosas	Larios Rosé	Maxxium España SL		
Salsas	Allioli Intenso Choví	Choví SL		

Bollería	Línea Dulcesol Innova	Grupo Dulcesol				
Platos Preparados	Yatekomo World Tour	Gallina Blanca				
Coloración	Magic Retouch Retoca-Raíces Instantáneo	L'Oréal Paris				
Cremas Corporales	Naturalium Crema Corporal Nuts	Beauty Emotions				
Higiene Corporal	Lovium Gel de Baño Perfumado	Beauty Emotions				
Aclarantes Capilares	Colorcrem Blonde Box	Eugene Perma				
Cuidado Capilar	Mascarilla Pre-Champú Elvive Arcilla Extraordinaria	L'Oréal Paris				
Incontinencia	Indasec® Discreet	Laboratorios Indas S.A.U				
Cuidado Facial	Revitalift Laser X3 Doble Cuidado Rejuvenecedor Visible	L'Oréal Paris				
Higiene Bucal	Oral-B Pro-Expert Dientes Fuertes	Procter & Gamble España S.A.				
Cuidado Intimo	Melagyn Hidratante Vaginal	Gynea de Kern Pharma				
PAE Cuidado Capilar	Plancha de Pelo Rowenta Premium Care Brush & Straight	Groupe SEB				
Higiene del Bebé	Moltex Premium	Ontex				
Afeitado	Maquinilla BIC Flex 3 Comfort	BIC				
Limpieza de Electrodomésticos	CARELI Limpiador de Cafeteras	CARELI 2007, S.L.				
Colchones	Bultex Nanotech	Pikolin				
Antipiojos	Filvit Hogar	Uriach				
Jardinería	Green-Top, el fertilizante más completo	Vitaterra (Grupo Mirat Fertilizantes)				
Detergentes	FLOPP Ropa BEBÉ	CARELI 2007, S.L.				
Lavavajillas	FLOPP Lavavajillas gel ECOLABEL	CARELI 2007, S.L.				
Sofás	Sofá Natura Plus	Grupo Lo Monaco				
Pinturas	OXIRON Esmalte antioxidante al agua	Titanlux				
Papel Higiénico	Colhogar Just-1	SCA Hygiene Products				
PAE Hogar	Cepillo de Vapor Rowenta Acces' Steam	Groupe SEB				
PAE Cocina	Robot de cocina Moulinex I-Companion	Groupe SEB				
Limpieza del Hogar	Regina Blitz	Sofidel Spain				





La innovación en España

El estudio encargado por la organización del certamen además analiza algunos aspectos relevantes sobre la percepción de los nuevos productos en el mercado. En este sentido, el 66.2% de los encuestados reconoce que le gusta probar nuevos productos, un dato que alcanza el 70.5% en el caso de las mujeres, y el 53.3% está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae. Si bien es cierto que el 48.8% indica que ahora compra más productos según el precio y se fija menos en si son innovadores.

Esto puede deberse a que el 42.2% considera que los productos nuevos difieren poco de los ya existentes y el 47.1% cree que la calidad de los productos de marca blanca es similar a los productos de marca fabricante. El 31.5% de los encuestados se muestra dispuesto a pagar más por un producto de marca fabricante que por otro de marca blanca. Y sólo el 37.8% reconoce que prefiere productos de marca blanca porque son más baratos.

La recomendación (45.1%) es el tercer motivo para comprar un nuevo producto detrás de haberlo visto anunciado (49.8%) y de que satisfaga una nueva necesidad (47.4%).

ESPAÑOLES	s	EVENTOS	GRAN PREMIO A LA INNOVACIÓN	INNOVACIÓN	NOMBRAMIENTOS	NOTICIAS	PRODUCTOS
REVISTA		REVISTA EJECUTIV	/os				







La gama de postres Dhul GOURMAND recibe el galardón "Producto del Año 2017" como la más innovadora en la categoría de postres.

20/12/2016 por professionalclipping

La gama de postres Dhul GOURMAND recibe el galardón "Producto del Año 2017" como la más innovadora en la categoría de postres. El distintivo se encontrará en los packs y comunicación de la gama a partir de Enero de 2017.

A través de test de producto y concepto, realizados por Netquest, más de 10.000 consumidores de toda España de entre 18 y 55 años han valorado la gama Dhul GOURMAND como la más innovadora en la categoría de postres, destacando en la primera posición en intención de compra de entre todos los productos ganadores del certamen. Asimismo ha obtenido muy buena apreciación por parte de los encuestados tanto en la

relación calidad-precio, como en el sabor.

Dhul GOURMAND se lanzó el pasado mes de junio como una propuesta que refuerza la gama de la marca en el mundo del placer de los postres. Se trata de postres diferenciales en generoso formato de 150 g, tanto en su inigualable sabor como en su textura, gracias a la calidad de los ingredientes utilizados en su elaboración y la amplia experiencia en postres de Dhul. Con este surtido, Dhul continúa aportando valor y novedades a la distribución con propuestas innovadoras de valor añadido para el consumidor.

Por segundo año consecutivo, Dhul obtiene el galardón "Producto del Año" en esta categoría tras recibir el premio el año anterior por la gama de postres sin lactosa que supuso una revolución en el mundo del postre.

La gama contempla 4 referencias, cada una de ellas de 2 x 150 g: Postre de Chocolate, Crema Vainilla Bourbon, Crema de Dulce de Leche y Crema de Chocolate y Plátano.





Vitaterra, de la empresa salmantina Mirat Fertilizantes, galardonada con el premio "Producto del Año 2017"



Vitaterra, división de Jardinería y Hortofrutícola, de la empresa salmantina Mirat Fertilizantes, ha sido galardonada con el premio "Producto del Año 2017" a la innovación por su fertilizante líquido, para las plantas y flores del hogar GREEN-TOP.

Mario Martín, director Ejecutivo de Vitaterra, grupo Mirat Fertilizantes, ha recogido en Barcelona el premio en una gala celebrada en el hotel Catalonia Plaza. Al certamen, que ya cuenta con 44 categorías y que está presente en 35 países han concurrido empresas de diferentes sectores.

Como nindican desde la organización, "los productos premiados con el "Producto del Año 2017", han pasado por una doble selección: la primera por el comité deontológico del certamen que es quién los valida; y la segunda por un jurado más estricto, los consumidores, con una metodología rigurosa y sólida basada en un test de concepto a más de 10.000 consumidores representativos de la población española, más un test de producto a 100 personas del target". Con esta metodología el elector tiene todos los datos necesarios del producto como si estuviera frente a una decisión de compra real.







Los premios al Producto del año se han convertido en un referente para los consumidores, dado que más del 62% de la población los conoce, en particular el público más joven que lo asocia a un sello de garantía de calidad, otorgándole confianza a la hora de adquirir los productos premiados en el mercado.

Por ello este galardón como indica el director Ejecutivo de Vitaterra "supone, para Mirat Fertilizantes, una nueva marca de calidad, dado que los premiados podremos utilizar el sello con el logotipo, Producto del Año 2017, durante todo el año en todas las acciones de comunicación o publicidad que hagamos".

Green-Top, es un compuesto nutricional líquido, que contiene 15 elementos esenciales para el desarrollo de las plantas y flores. Su equilibrada y completa formulación permite nutrir a la planta de manera rápida y eficiente, así como corregir deficiencias y problemas fitopatológicos al aplicar vitaminas y aminoácidos, como indican desde Vitaterra. (Foto de Familia con los premiados Producto del Año 2017).

Según Mario Martín, "Vitaterra fabrica y distribuye en Salamanca productos para la jardinería doméstica y agricultura de alto valor añadido desde 1999, lo cual junto a la cuidada imagen y calidad de nuestros productos nos ha permitido no solo la implantación en el 100% del territorio nacional, internacionalmente con la exportación a una decena de países, compitiendo en mercados tan exigentes como el francés, italiano o ruso".



SWEETPRESS

La gama Snackium de Productos Velarte, galardonada como Producto del año 2017

20.12.16

Actualidad





Los consumidores han elegido la gama Snackium, de Productos Velarte, como Producto del Año 2017 en la categoría de Snacks durante la 17º entrega de galardones del Gran Premio a la Innovación





El complemento alimenticio Leotron Vit. C (Angelini Farmacéutica), elegido como Producto del Año 2017



















Gracias a su contenido en vitamina C, selenio y zinc, Leotron Vit. C está especialmente indicado en épocas de frío y cambios de estación, ya que avuda al funcionamiento normal del sistema inmunitario.

Leotron Vit. C, complemento alimenticio de Angelini Farmacéutica, ha obtenido el Premio Producto del Año 2017 en la 17ª edición de los Galardones del Gran Premio a la Innovación. Este certamen premia a los productos más innovadores tras entrevistar a 10.000 consumidores representativos de la población española y comprobar su eficacia a través de un test.

La eficacia de Leotron Vit. C radica en su triple acción protectora de las defensas gracias a su contenido en vitamina C, selenio y zinc, por lo que está especialmente indicado en épocas de frío y cambios de estación, contribuyendo al funcionamiento normal del sistema inmunitario y a la protección de las células frente al daño oxidativo. Asimismo, lavitamina C ayuda a disminuir el cansancio y la fatiga, mejora la absorción del hierro, ayuda a regenerar la forma reducida de la vitamina E y contribuye a la formación normal de colágeno para el funcionamiento normal de los huesos, cartílagos, encías, piel y dientes.

Leotron Vit. C, con agradable sabor naranja, se presenta en cómodos envases de 18 y 36 comprimidos efervescentes que se toman disueltos en agua, preferiblemente después del desayuno o almuerzo. No contiene azúcares, gluten ni lactosa.





Redacción Martes, 20 de diciembre de 2016

RECONOCIMIENTO A LA INNOVACIÓN POR GREEN-TOP

Mirat Fertilizantes, galardonada con el premio 'Producto del Año 2017'

















Avda. Juan Pablo II, 27 923 30 10 11 Calle Hoces del Duratón, 66-70 Polig. Ind. Montalvo II - 923 19 19 32 37008 Salamanca





El premio ha sido recogido por Mario Martín, director ejecutivo de Vitaterra, en una gala celebrada en Barcelona



Vitaterra, división de Jardinería y Hortofrutícola, de la empresa salmantina Mirat Fertilizantes, ha sido galardonada con el premio 'Producto del Año 2017' a la innovación por su fertilizante líquido, para las plantas y flores del hogar Green-Top. Mario Martín, director ejecutivo de Vitaterra, grupo Mirat Fertilizantes, ha recogido en Barcelona el premio en una gala celebrada en el hotel Catalonia Plaza. Al certamen, que ya cuenta con 44 categorías y que está presente en 35 países, han concurrido empresas de diferentes sectores.





Los productos premiados con el 'Producto del Año 2017' han pasado por una doble selección: la primera por el comité deontológico del certamen que es quién los valida; y la segunda por un jurado más estricto, los consumidores, con una metodología rigurosa y sólida basada en un test de concepto a más de 10.000 consumidores representativos de la población española, más un test de producto a 100 personas del target. Con esta metodología, el elector tiene todos los datos necesarios del producto como si estuviera frente a una decisión de compra real.

Los premios al Producto del Año se han convertido en **un referente para los consumidores**, dado que más del 62% de la población los conoce, en particular el público más joven que lo asocia a un sello de garantía de calidad, otorgándole confianza a la hora de adquirir los productos premiados en el mercado. Por ello, este galardón, como indica el director ejecutivo de Vitaterra, "supone, para Mirat Fertilizantes, una nueva marca de calidad, dado que los premiados podremos utilizar el sello con el logotipo, Producto del Año 2017, durante todo el año en todas las acciones de comunicación o publicidad que hagamos".

Productos del Año, organizadores del certamen, ha cerrado en los últimos meses diferentes acuerdos de colaboración con la finalidad de acercar cada vez más la innovación a los consumidores, destacando los relativos a los puntos de ventas firmados con InStoreioni y central de compras de Euromadi. Por este motivo, como afirma Mario Martín, "el premio supone un gran revulsivo para el área de innovación de Mirat Fertilizantes en general y, en particular, para Vitaterra, ya que gracias al mismo podremos hacer llegar a un mayor número de hogares españoles nuestro fertilizante líquido para plantas y flores Green-Top".

Green-Top, es un compuesto nutricional líquido, que contiene 15 elementos esenciales para el desarrollo de las plantas y flores. Su equilibrada y completa formulación permite nutrir a la planta de manera rápida y eficiente, así como corregir deficiencias y problemas fitopatológicos al aplicar vitaminas y aminoácidos, como nos indican des de Vitaterra.

Según explica Mario Martín, "Vitaterra fabrica y distribuye en Salamanca productos para la jardinería doméstica y agricultura de alto valor añadido des de 1999, lo cual junto a la cuidada imagen y calidad de nuestros productos nos ha permitido no solo la implantación en el 100% del territorio nacional, internacionalmente con la exportación a una decena de países, compitiendo en mercados tan exigentes como el francés, italiano o ruso".

Vitaterra es el mayor fabricante español de abonos y fertilizantes para jardinería. División de negocio perteneciente al Grupo Mirat, grupo fundado en 1812 en Salamanca y que actualmente opera en diferentes sectores de la economía española. Vitaterra produce abonos, fertilizantes y bioestimulantes y comercializa insecticidas, fungicidas y herbicidas, siempre dedicados a jardinería y al sector hortofrutícola.









21 Dic 2016

Entregados los Galardones de la 17ª edición Gran Premio a la Innovación

Esta semana tuvo lugar en el Hotel Catalonia Plaza de Barcelona la 17ª Entrega de Galardones del Gran Premio a la Innovación, en la que se dieron a conocer las 45 innovaciones que han sido Elegidas Producto del Año 2017 tras un exhaustivo estudio a más de 10.000 personas representativas de la población española.

La Ceremonia de Entrega de Premios, presentada por Blanca Gener, directora general del certamen, y Federico de Juan, congregó a más de 350 invitados entre los que se encontraban los máximos representantes de las empresas premiadas, destacadas personalidades del mundo empresarial, del marketing y la comunicación, convirtiéndose en la gran fiesta de la innovación.

La innovación es un valor en alza entre los consumidores. Al 66.2% de la población le gusta probar productos nuevos, un dato que alcanza el 70.5% en el caso de las mujeres, y el 53.3% está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si este le atrae.

El 31.5% de los encuestados se muestra dispuesto a pagar más por un producto de marca fabricante que por otro de marca blanca. Y sólo el 37.8% reconoce que prefiere productos de marca blanca porque son más baratos.

La recomendación (45.1%) es el tercer motivo para comprar un nuevo producto detrás de haberlo visto anunciado (49.8%) y de que satisfaga una nueva necesidad (47.4%).

Estos son algunos de los datos que arroja el estudio realizado por Netquest para El Producto del Año.



El Producto del Año es el único certamen a nivel nacional en el que los consumidores eligen los productos más innovadores del año en gran consumo. El certamen nació en Francia en el año 1987 y actualmente se celebra en más de 30 países en todo el mundo. Ésta es la 17ª edición en España.

Los galardonados han sido designados tras un estudio realizado el pasado mes de Octubre entre el panel de consumidores de Netquest a una selección de productos nuevos lanzados al mercado entre el 1 de enero de 2015 y el 30 de septiembre de 2016 en los sectores de Alimentación, Higiene-Cosmética, Droguería y Parafarmacia.

En total se ha encuestado vía on-line a 10.032 individuos representativos de la población española entre 18 y 55 años que han valorado la innovación y grado de intención de compra de cada uno de los candidatos. Además se ha realizado una prueba de producto a 100 personas por participante para valorar cualidades muy diversas como la relación calidad-precio, el envase, sabor, perfume, eficacia...

Los 45 productos premiados se identificarán durante todo el año 2017 con el logotipo Elegido Producto del Año en su comunicación.

En el marco de la colaboración que El Producto del Año mantiene con Euromadi, los productos más innovadores de 2017 contarán además con acciones especiales en más de 6.000 puntos de venta, con expositores, stoppers y folletos informativos para facilitar que los consumidores accedan a la innovación relevante.

Estos productos pertenecen a 35 empresas distintas, 13 de las cuales participaban por primera vez en el cartamen

Los productos galardonados en esta edición son:





Categoria	Nombre Producto	Empresa
Multivitamínicos	Supradyn Activo Mujer	Bayer Hispania S.L.
Cervezas sin Alcohol	San Miguel 0,0 Isotónica	Mahou San Miguel
Cervezas con Limón	Mahou Limón	Mahou san Miguel
Refrescos de té	Cuida-té Natural Fresh Tea	Expréssate, S.L.
Complementos Alimenticios a base de Vitamina C	Leotron VIT.C	Angelini Farmacéutica
Embutidos	Noel Veggie	Noel Alimentaria
Postres	Gama Dhul Gourmand	Andros
Yogures Saludables	Activia Semillas y Cereales	Danone
Yogures Griegos	Oikos Caramelo y Oikos Manzana-canela	Danone
Hamburguesas	Burger de Pollo y Zanahoria Casa Matachin	Aves Nobles y Derivados
Leches	Leche Pascual 0%	Calidad Pascual S.A.U.
Huevos	Huevos Demillo	Avícola Tratante, S.L.
Lácteos Ecológicos	Las 2 Vacas	Danone
Postres Lácteos Infantiles	IOGOLINO Suave y Cremoso	Nestlé España S.A. Nutrición Infanti
Ensaladas Preparadas	Enrollados de Pollo	Grupo Primaflor
Platos Orientales	Gama de Rollitos	Ta-Tung Platos Precocinados, S.L.
Snacks	Gama SNACKIUM® VELARTE	Productos Velarte, S.L.
Bebidas Espirituosas	Larios Rosé	Maxxium España SL
Salsas	Allioli Intenso Chovi	Chovi SL
Bollería	Linea Dulcesol Innova	Grupo Dulcesol
Platos Preparados	Yatekomo World Tour	Gallina Blanca
Coloración	Magic Retouch Retoca-Raices Instantáneo	L'Oréal Paris
Cremas Corporales	Naturalium Crema Corporal Nuts	Beauty Emotions
Higiene Corporal	Lovium Gel de Baño Perfumado	Beauty Emotions
Aclarantes Capilares	Colorcrem Blonde Box	Eugene Perma
Cuidado Capilar	Mascarilla Pre-Champú Elvive Arcilla Extraordinaria	L'Oréal Paris
Incontinencia	Indasec® Discreet	Laboratorios Indas S.A.U
Cuidado Facial	Revitalift Laser X3 Doble Cuidado Rejuvenecedor Visible	L'Oréal Paris
Higiene Bucal	Oral-8 Pro-Expert Dientes Fuertes	Procter & Gamble España S.A.

Cuidado Íntimo	Melagyn Hidratante Vaginal	Gynea de Kern Pharma
PAE Cuidado Capilar	Plancha de Pelo Rowenta Premium Care	Groupe SE8
	Brush & Straight	
Higiene del Bebé	Moltex Premium	Ontex
Afeitado	Maquinilla BIC Flex 3 Comfort	BIC
Limpieza de Electrodomésticos	CARELI Limpiador de Cafeteras	CARELI 2007, S.L.
Colchones	Bultex Nanotech	Pikolin
Antipiojos	Filvit Hogar	Uriach
Jardinería	Green-Top, el fertilizante más completo	Vitaterra (Grupo Mirat Fertilizantes
Detergentes	FLOPP Ropa BEBÉ	CARELI 2007, S.L.
Lavavajillas	FLOPP Lavavajillas gel ECOLABEL	CARELI 2007, S.L.
Sofás	Sofá Natura Plus	Grupo Lo Monaco
Pinturas	OXIRON Esmalte antioxidante al agua	Titanlux
Papel Higiénico	Colhogar Just-1	SCA Hygiene Products
PAE Hogar	Cepillo de Vapor Rowenta Acces' Steam	Groupe SEB
PAE Cocina	Robot de cocina Moulinex I-Companion	Groupe SEB
Limpieza del Hogar	Regina Blitz	Sofidel Spain





La innovación en España

El estudio encargado por la organización del certamen además analiza algunos aspectos relevantes sobre la percepción de los nuevos productos en el mercado. En este sentido, el 66.2% de los encuestados reconoce que le gusta probar nuevos productos, un dato que alcanza el 70.5% en el caso de las mujeres, y el 53.3% está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae. Si bien es cierto que el 48.8% indica que ahora compra más productos según el precio y se fija menos en si son innovadores.

Esto puede deberse a que el 42.2% considera que los productos nuevos difieren poco de los ya existentes y el 47.1% cree que la calidad de los productos de marca blanca es similar a los productos de marca fabricante. El 31.5% de los encuestados se muestra dispuesto a pagar más por un producto de marca fabricante que por otro de marca blanca. Y sólo el 37.8% reconoce que prefiere productos de marca blanca porque son más baratos.

La recomendación (45.1%) es el tercer motivo para comprar un nuevo producto detrás de haberlo visto anunciado (49.8%) y de que satisfaga una nueva necesidad (47.4%).

Categorias:

Mercado







Noel y Casa Matachín, entre los Productos del Año 2017

NOTICIAS ② 20 DICIEMBRE 2016		
Me gusta 1 Twittear	in Share	G+ Compartir

Los Galardones del Gran Premio a la Innovación han reconocido en esta ocasión a dos empresas cárnicas, **Noel Alimentaria** y **Casa Matachín**. Un total de 45 innovaciones han sido elegidas en esta ocasión como Producto del Año 2017 tras un exhaustivo estudio a más de 10.000 personas representativas de la población española.

En la Ceremonia de Entrega de Premios se reunieron más de 350 invitados, entre los que se encontraban los máximos representantes de las empresas premiadas, destacadas personalidades del mundo empresarial, del marketing y la comunicación, convirtiéndose en la gran fiesta de la innovación.

En la Ceremonia de Entrega de Premios se reunieron más de 350 invitados, entre los que se encontraban los máximos representantes de las empresas premiadas, destacadas personalidades del mundo empresarial, del marketing y la comunicación, convirtiéndose en la gran fiesta de la innovación.

El Producto del Año es el único certamen a nivel nacional en el que los consumidores eligen los productos más innovadores del año en gran consumo. El certamen nació en Francia en el año 1987 y actualmente se celebra en más de 30 países en todo el mundo. Ésta es la 17ª edición en España.

Los galardonados han sido designados tras un estudio realizado el pasado mes de Octubre entre el panel de consumidores de Netquest a una selección de productos nuevos lanzados al mercado entre el 1 de enero de 2015 y el 30 de septiembre de 2016 en los sectores de Alimentación, Higiene-Cosmética, Droguería y Parafarmacia.

En total se ha encuestado vía on-line a 10.032 individuos representativos de la población española entre

18 y 55 años que han valorado la innovación y grado de intención de compra de cada uno de los candidatos. Además se ha realizado una prueba de producto a 100 personas por participante para valorar cualidades muy diversas como la relación calidad-precio, el envase, sabor, perfume, eficacia...





Los 45 productos premiados se identificarán durante todo el año 2017 con el logotipo Elegido Producto del Año en su comunicación. En el marco de la colaboración que El Producto del Año mantiene con Euromadi, los productos más innovadores de 2017 contarán además con acciones especiales en más de 6.000 puntos de venta, con expositores, stoppers y folletos informativos para facilitar que los consumidores accedan a la innovación relevante.

Estudio sobre Innovación

En la ceremonia también se presentaron algunos de los datos que arroja el estudio realizado por Netquest para El Producto del Año.

- · La innovación, es un valor en alza entre los consumidores.
- Al 66,2% de la población le gusta probar productos nuevos, dato que alcanza el 70,5% en el caso de las mujeres
- El 53,3% está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae.
- El 31,5% de los encuestados se muestra dispuesto a pagar más por un producto de marca fabricante que por otro de marca blanca.
- Sólo el 37.8% reconoce que prefiere productos de marca blanca porque son más baratos.
- · Los principales motivos para comprar un producto nuevo son:
 - 1. Haberlo visto anunciado (49,8%)
 - 2. Que satisfaga una nueva necesidad (47,4%)
 - 3. Recomendación (45,1%).

Los productos premiados este año pertenecen a 35 empresas distintas:

Categoria	Nombre Producto	Empresa
Multivitamínicos	Supradyn Activo Mujer	Bayer Hispania S.L.
Cervezas sin Alcohol	San Miguel 0,0 Isotónica	Mahou San Miguel
Cervezas con Limón	Mahou Limón	Mahou san Miguel
Refrescos de té	Cuida-té Natural Fresh Tea	Expréssate, S.L.
Complementos Alimenticios a base de Vitamina C	Leotron VIT.C	Angelini Farmacéutica
Embutidos	Noel Veggie	Noel Alimentaria
Postres	Gama Dhul Gourmand	Andros
Yogures Saludables	Activia Semillas y Cereales	Danone
Yogures Griegos	Oikos Caramelo y Oikos Manzana-canela	Danone
Hamburguesas	Burger de Pollo y Zanahoria Casa Matachin	Aves Nobles y Derivados
Leches	Leche Pascual 0%	Calidad Pascual S.A.U.
Huevos	Huevos Demillo	Avícola Tratante, S.L.
Lácteos Ecológicos	Las 2 Vacas	Danone
Postres Lácteos Infantiles	IOGOLINO Suave y Cremoso	Nestlé España S.A. Nutrición Infanti
Ensaladas Preparadas	Enrollados de Pollo	Grupo Primaflor
Platos Orientales	Gama de Rollitos	Ta-Tung Platos Precocinados, S.L.
Snacks	Gama SNACKIUM* VELARTE	Productos Velarte, S.L.
Bebidas Espirituosas	Larios Rosé	Maxxium España SL
Salsas	Allioli Intenso Choví	Choví SL
Bolleria	Línea Dulcesol Innova	Grupo Dulcesol
Platos Preparados	Yatekomo World Tour	Gallina Blanca
Coloración	Magic Retouch Retoca-Raíces Instantáneo	L'Oréal Paris
Cremas Corporales	Naturalium Crema Corporal Nuts	Beauty Emotions
Higiene Corporal	Lovium Gel de Baño Perfumado	Beauty Emotions
Aclarantes Capilares	Colorcrem Blonde Box	Eugene Perma
Cuidado Capilar	Mascarilla Pre-Champú Elvive Arcilla Extraordinaria	L'Oréal Paris
Incontinencia	Indasec® Discreet	Laboratorios Indas S.A.U
Cuidado Facial	Revitalift Laser X3 Doble Cuidado Rejuvenecedor Visible	L'Oréal Paris
Higiene Bucal	Oral-B Pro-Expert Dientes Fuertes	Procter & Gamble España S.A.





Cuidado Íntimo	Melagyn Hidratante Vaginal	Gynea de Kern Pharma
PAE Cuidado Capilar	Plancha de Pelo Rowenta Premium Care Brush & Straight	Groupe SEB
Higiene del Bebé	Moltex Premium	Ontex
Afeitado	Maquinilla BIC Flex 3 Comfort	BIC
Limpieza de Electrodomésticos	CARELI Limpiador de Cafeteras	CARELI 2007, S.L.
Colchones	Bultex Nanotech	Pikolin
Antipiojos	Filvit Hogar	Uriach
Jardineria	Green-Top, el fertilizante más completo	Vitaterra (Grupo Mirat Fertilizantes)
Detergentes	FLOPP Ropa BEBÉ	CARELI 2007, S.L.
Lavavajillas	FLOPP Lavavajillas gel ECOLABEL	CARELI 2007, S.L.
Sofás	Sofá Natura Plus	Grupo Lo Monaco
Pinturas	OXIRON Esmalte antioxidante al agua	Titanlux
Papel Higiénico	Colhogar Just-1	SCA Hygiene Products
PAE Hogar	Cepillo de Vapor Rowenta Acces' Steam	Groupe SEB
PAE Cocina	Robot de cocina Moulinex I-Companion	Groupe SEB
Limpieza del Hogar	Regina Blitz	Sofidel Spain











G+ Compartir





Los Productos del Año, elegidos por su innovación

Martes 20-12-2016

La 17ª Entrega de Galardones del Gran Premio a la Innovación dio a conocer las 45 innovaciones que han sido Elegidas Producto del Año 2017 tras un exhaustivo estudio a más de 10.000 personas representativas de la población española.

La ceremonia de Entrega de Premios, presentada por Blanca Gener, directora general del certamen, y Federico de Juan, **congregó a más de 350 invitados** entre los que se encontraban los máximos



representantes de las empresas premiadas, destacadas personalidades del mundo empresarial, del marketing y la comunicación, convirtiéndose en la gran fiesta de la innovación.

Los 45 productos premiados se identificarán durante todo el año 2017 con el logotipo Elegido Producto del Año en su comunicación. Estos productos pertenecen a 35 empresas distintas, 13 de las cuales participaban por primera vez en el certamen.

En el marco de la colaboración que el Producto del Año mantiene con Euromadi, los productos más innovadores de 2017 contarán además con acciones especiales en más de 6.000 puntos de venta, con expositores, stoppers y folletos informativos para facilitar que los consumidores accedan a la innovación relevante.

La innovación es un valor en alza entre los consumidores. Al 66,2% de la población le gusta probar productos nuevos, un dato que alcanza el 70,5% en el caso de las mujeres, y el 53,3% está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae. El 31,5% de los encuestados se muestra dispuesto a pagar más por un producto de marca fabricante que por otro de marca blanca. Y sólo el 37,8% reconoce que prefiere productos de marca blanca porque son más baratos.

La recomendación (45,1%) es el tercer motivo para comprar un nuevo producto detrás de haberlo visto anunciado (49,8%) y de que satisfaga una nueva necesidad (47,4%).

Categoría	Nombre Producto	Empresa
Multivitamínicos	Supradyn Activo Mujer	Bayer Hispania
Cervezas sin Alcohol	San Miguel 0,0 Isotónica	Mahou San Miguel
Cervezas con Limón	Mahou Limón	Mahou san Miguel
Refrescos de té	Cuida-té Natural Fresh Tea	Expréssate





Complementos Alimenticios a base de Vitamina C	Leotron VIT.C	Angelini Farmacéutica
Embutidos	Noel Veggie	Noel Alimentaria
Postres	Gama Dhul Gourmand	Andros
Yogures Saludables	Activia Semillas y Cereales	Danone
Yogures Griegos	Oikos Caramelo y Oikos Manzana-canela	Danone
Hamburguesas	Burger de Pollo y Zanahoria Casa Matachin	Aves Nobles y Derivados
Leches	Leche Pascual 0%	Calidad Pascual
Huevos	Huevos Demillo	Avícola Tratante
Lácteos Ecológicos	Las 2 Vacas	Danone
Postres Lácteos Infantiles	IOGOLINO Suave y Cremoso	Nestlé España Nutrición Infantil
Ensaladas Preparadas	Enrollados de Pollo	Grupo Primaflor
Platos Orientales	Gama de Rollitos	Ta-Tung Platos Precocinados
	i	1
Snacks	Gama SNACKIUM VELARTE	Productos Velarte
Bebidas Espirituosas	Larios Rosé	Maxxium España
Salsas	Allioli Intenso Choví	Choví
Bollería	Línea Dulcesol Innova	Grupo Dulcesol
Platos Preparados	Yatekomo World Tour	Gallina Blanca
Coloración	Magic Retouch Retoca-Raíces Instantáneo	L'Oréal Paris





Cremas Corporales	Naturalium Crema Corporal Nuts	Beauty Emotions
Higiene Corporal	Lovium Gel de Baño Perfumado	Beauty Emotions
Aclarantes Capilares	Colorcrem Blonde Box	Eugene Perma
Cuidado Capilar	Mascarilla Pre-Champú Elvive Arcilla Extraordinaria	L'Oréal Paris
Incontinencia	Indasec Discreet	Laboratorios Indas
Cuidado Facial	Revitalift Laser X3 Doble Cuidado Rejuvenecedor Visible	L'Oréal Paris
Higiene Bucal	Oral-B Pro-Expert Dientes Fuertes	Procter & Gamble España
Cuidado Íntimo	Melagyn Hidratante Vaginal	Gynea de Kern Pharma
PAE Cuidado Capilar	Plancha de Pelo Rowenta Premium Care Brush & Straight	Groupe SEB
Higiene del Bebé	Moltex Premium	Ontex
Afeitado	Maquinilla BIC Flex 3 Comfort	віс
Limpieza de Electrodomésticos	CARELI Limpiador de Cafeteras	CARELI 2007
Colchones	Bultex Nanotech	Pikolin
Antipiojos	Filvit Hogar	Uriach
Jardinería	Green-Top, el fertilizante más completo	Vitaterra (Grupo Mirat Fertilizantes)
Detergentes	FLOPP Ropa BEBÉ	CARELI 2007
Lavavajillas	FLOPP Lavavajillas gel ECOLABEL	CARELI 2007
Sofás	Sofá Natura Plus	Grupo Lo Monaco





Pinturas	OXIRON Esmalte antioxidante al agua	Titanlux
Papel Higiénico	Colhogar Just·1	SCA Hygiene Products
PAE Hogar	Cepillo de Vapor Rowenta Acces' Steam	Groupe SEB
PAE Cocina	Robot de cocina Moulinex I- Companion	Groupe SEB
Limpieza del Hogar	Regina Blitz	Sofidel Spain







20

ENROLLADOS DE POLLO DEL GRUPO PRIMAFLOR. PRODUCTO DEL AÑO 2017

🎍 Por Primaflor 🦠 Dieta Equilibrada, enrollado, ensaladas para llevar, Innovación, pollo 🔍 0 Comentarios

Los Enrollados de pollo del grupo Primaflor han sido elegidos Producto del Año 2017 por 10.000 consumidores y galardonados con el Gran Premio de Innovación 2017. Los premios se dieron a conocer ayer en Barcelona, en la gala de entrega de los galardones Elegido Producto del Año 2017, en los que participan innovaciones lanzadas al mercado entre el 1 de enero de 2015 y el 30 de septiembre de 2016.



Merche Muñoz, Nuevos Desarrollos; María Glover, Departamento de Marketing; Cecilio Peregrín, Director Corporativo

Los Enrollados de pollo del grupo Primaflor son una alternativa innovadora a las ensaladas para llevar, un producto adaptado al estilo de vida actual que aporta los valores nutricionales necesarios para una comida sana y equilibrada.

Con el objetivo de cuidar la salud sin perder sabor, la elaboración se compone de tortillas de trigo acompañadas de escarola lisa, radicchio, batavia verde, tomate, pollo, quesos Edam y Cheddar rallado grueso y Salsa Yogur. Los ingredientes han sido seleccionados de forma meticulosa valorando sus características nutricionales y sabor, contienen proteínas, calcio, fósforo, fibra y antioxidantes, aportando energía y regulando el tránsito intestinal. Un menú completo con un sabor equilibrado en el paladar que garantiza la buena alimentación en el entorno acelerado en el que vivimos.

En Primaflor nos sentimos muy orgullosos por este reconocimiento de los consumidores a nuestros esfuerzos en innovación, que nos impulsa a seguir trabajando para ofrecer siempre los mejores productos.







n año más, ha llegado la entrega de premios del Producto del Año, una cita imprescindible para todos los que nos dedicamos al marketing relacional y en la que Directia, como partner del evento y especialista en logística, almacenamiento, manipulación, empaquetado y distribución comercial, ha tenido un especial protagonismo.

Se trata de un galardón que reconoce el esfuerzo que hacen las marcas por lanzar productos que satisfagan las necesidades de los consumidores.

El evento tuvo lugar ayer en el Hotel Catalonia Barcelona Plaza. Allí se dieron a conocer las 45 innovaciones elegidas como Producto del Año 2017 tras un exhaustivo estudio realizado **a más de 10.000 personas** representativas de la población española.

En esta decimoséptima edición han participado **innovaciones** lanzadas al mercado entre el 1 de enero de 2015 y el 30 de septiembre de 2016 tanto de alimentación, como de cosmética, droguería, parafarmacia y bazar. Cómo podéis comprobar, hay para todos los gustos.

Innovar es el mantra de las marcas. Y para eso, hay que desaprender, aprender y no tener miedo a equivocarse. Desde **Producto del Año,** de hecho, no cesan en su empeño por reconocer las innovaciones más destacadas cada año, acercándose a la distribución y dando la voz a los consumidores.

¿Cuál ha sido el papel de Directia?

Nosotros nos hemos encargado de toda la logística del evento. A principio de septiembre recibimos todos los productos candidatos y nos encargamos de empaquetarlos y enviarlos a los consumidores para que los prueben. Así, han podido hacer la elección del producto que más les ha gustado.

Para la gala de ayer, también nos encargamos de preparar todas las cestas con los productos ganadores que se llevaron a casa todos los asistentes.

Todo un honor poder participar en este evento y contribuir a que pueda hacerse realidad. ¡Enhorabuena a los ganadores!















Alimarket

Producto del Año entrega sus premios a la innovación

ALIMARKET ALIMENTACIÓN 20/12/2016

Sector Gran Consumo



Producto del Año ha celebrado una edición más, y ya van diecisiete, del "Gran Premio a la Innovación". En la gala que tuvo lugar anoche en Barcelona, se entregaron los galardones que reconocen a productos de 45 categorías como los más innovadores del año, en una selección hecha por los propios consumidores. Danone, L'Orèal, Careli y Groupe SEB fueron los grandes triunfadores de la jornada, cada una con tres premios.

Salud, placer y ecológicos

<u>Danone</u> se alzó como la empresa de alimentación más premiada, con sendos reconocimientos para 'Activia Semillas' en la categoría de yogures saludables, 'Oikos caramelo' y 'Oikos manzana-canela" en yogures griegos y 'Las 2 vacas" en lácteos ecológicos. Por sus parte, Mahou San Miguel obtuvo dos reconocimientos, para 'San Miguel 0,0% Isotónica' (cervezas sin alcohol) y 'Mahou Limón' (cervezas con limón).

El resto del plantel de galardonados en alimentación estuvo compuesto por: Andros Food y su 'Gama Dhul Gourmand' (postres); Aves Nobles y Derivados por la Hamburguesa de pollo con zanahoria Casa Matachin (hamburguesas); Avicola Tratante por sus 'Huevos frescos Demillo' (huevos); Choví, por sus 'AlliOli Intenso Choví' (salsas); Dulcesol, por 'Dulcesol Innova' (bollería); Expressate por su 'Natural Fresh Tea' (refrescos de té); Gallina Blanca por Yatekomo World Tour (platos preparados); Grupo Leche Pascual por 'Leche Pascual 0%' (leche); Maxxium España por 'Larios Rosé' (bebidas espirituosas); Nestlé por 'logolino suave y cremoso' (postres lácteos infantiles); Noel Alimentaria por 'Veggie de Noel' (embutidos); Primaflor por 'Enrollados de Pollo Primaflor' (ensaladas preparadas); Ta-Tung por 'Rollitos Ta-Tung' (platos orientales); Velarte por 'Gama Snackium Velarte' (snacks); Bayer por 'Supradyn Activo Mujer' (multivitamínicos); y Angelini por 'Leotron Vitamina C' (complementos alimenticios a base de vitamina C).

L'Orèal, a la cabeza del cuidado personal

En cuidado personal, <u>L'Oréal</u> recogió <u>tres premios</u>; para 'Magic Retouch' en la categoría de coloración, para 'Elvive Tratamiento Purificante Pre-Champú Arcilla Extraordinaria' en cuidado capilar, mientras que 'Revitalift Laser X3 Doble Cuidado Rejuvenecedor Visible' se alzó en cuidado facial. Por su parte, Beauty Emotions cosechó sendos premios para 'Crema Corporal Body Butter Naturalium' en cuidado corporal y gel de baño perfumado 'Lovium' en higiene corporal. La nómina de premiados en cuidado personal la completan: 'Blonde Box de Colorcrem', de Eugene Perma (aclarantes capilares); 'BIC Flex 3 Comfort' de Bic (afeitado); 'Melagyn Hidratante Vaginal', de Gynea Laboratorios (cuidado íntimo); 'Indasec Discreet' de Indas (incontinencia); 'Oral Pro-Expert Dientes Fuertes', de Procter & Gamble (higiene bucal); 'Colhogar Just·1', de SCA (papel higiénico); 'Filvit Hogar' de Uriach (antipiojos); y 'Moltex Premium', de Valor Brands (higiene del bebé).

En limpiadores, Careli se hizo con tres distinciones: 'Careli Limpiador de Cafeteras' (limpieza de electrodomésticos), 'Flopp Ropa Bebé' (detergentes) y 'Flopp Lavavajillas Gel-Cápsulas Ecolabel' (lavavajillas), 'Regina Blitz' de Regina se hizo con el galardón en limpieza del hogar. El resto de premiados en categorías de no alimentación fueron 'Green-Top' de Mirat Fertilizantes (jardinería); 'Sofa Natura Plus Lo Monaco' de Grupo Lo Monaco (sofás); 'Bultex Nanotech', de Pikolín (colchones); y 'Oxiron Liso Brillante Agua' de Titanlux (pinturas).

Groupe SEB hace pleno en electrodomésticos

Otro de los triunfadores de la noche fue Groupe SEB, que acaparó todos los premios en electrodomésticos. 'Rowenta Premium Care Brush & Straigt' fue reconocida en PAE cuidado capilar, mientras que otro producto de la misma marca - 'Plancha Vertical Rowenta Acces Steam'- se hacía con el premio en PAE hogar, Por último, SEB consiguió el premio en PAE cocina con su 'Robot Moulinex I-Companion',



45 innovaciones tienen su premio Elegido Producto del Año: Kuvut os cuenta la GalaPDA2017

Noticias TestaBox - 20 de Diciembre 2016



Smilers, anoche se celebró el Gran Premio a la Innovación y desde Kuvut pudimos conocer en primicia los 45 productos que este año han sido premiados con el galardón Elegido Producto del Año 2017. Ha sido una decisión árdua tomada tras un exhaustivo estudio a más de 10.000 personas representativas de la población española. Los resultados del mayor estudio representativo sobre nuevos productos revelen que al 66,2% de los españoles (70,5% si hablamos de mujeres) les gusta probar productos nuevos. Y es que la innovación es un valor en alza entre los consumidores. De hecho, el 53,3% está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae. Y el 31,5% de los encuestados pagarían más por un producto de marca fabricante que por uno de marca blanca. Todos estos datos y otros sobre el peso que tienen las recomendaciones en la compra (45,1% lo señalan como el tercer motivo tras haberlo visto anunciado y que satisfaga una necesidad) pueden encontrarse en el estudio realizado por Netquest para El Producto del Año.

¡Hay todo tipo de productos y para todos los gustos, todos fantásticos, seguro que la Testabox de febrero 2017 con el PDA será fantástica! Quién sabe, a lo mejor hasta descubrimos como incluir en la caja el sofá Natura Plus Lo Mónaco, el colchón Bultex Nanotech, el robot de cocina Moulinex I-Companion, la plancha de pelo Rowenta Premium Care Brush & Straight o el Cepillo de Vapor de Rowenta... Algo nos dice que no caben en la TestaBox ;)

Estos fueron los premiados más voluminosos, pero hubo otros muchos, seguro que sentís curiosidad. Aquí va la lista completa de los premiados con el galardón Elegido Producto del Año 2017. Estos productos pertenecen a 35 empresas distintas, 13 de las cuales participaban por primera vez en el certamen. ¡Enhorabuena a todas de parte de KUVUT y la comunidad TestaBox de Smilers!









Categoría

Multivitaminicos Cervezas sin Alcohol Cervezas con Limón

Refrescos de té

Complementos Alimenticios Leotron VIT.C a base de Vitamina C

Embutidos

Postres Yogures Saludables

Yogures Griegos

Hamburguesas

Leches

Huevos Lácteos Ecológicos

Postres Lácteos Infantiles

Ensaladas Preparadas Platos Orientales

Snacks

Bebidas Espirituosas Salsas

Bollería Platos Preparados

Coloración

Cremas Corporales

Higiene Corporal

Aclarantes Capilares Cuidado Capilar

Incontinencia

Cuidado Facial

Nombre Producto

Supradyn Activo Mujer San Miguel 0,0 Isotónica Mahou Limón

Cuida-té Natural Fresh Tea

Noel Veggie

Gama Dhul Gourmand Activia Semillas y Cereales

Oikos Caramelo y Oikos

Manzana-canela

Burger de Pollo y Zanahoria

Casa Matachin

Leche Pascual 0%

Huevos Demillo Las 2 Vacas

IOGOLINO Suave y Cremoso

Enrollados de Pollo Gama de Rollitos

Gama SNACKIUM®

VELARTE

Larios Rosé Allioli Intenso Choví Línea Dulcesol Innova

Yatekomo World Tour Magic Retouch Retoca-Raíces L'Oréal Paris

Instantáneo

Naturalium Crema Corporal Nuts

Visible

Lovium Gel de Baño Perfumado

Indasec® Discreet

Colorcrem Blonde Box

Mascarilla Pre-Champú Elvive Arcilla Extraordinaria

Revitalift Laser X3 Doble Cuidado Rejuvenecedor

Empresa

Bayer Hispania S.L. Mahou San Miguel Mahou san Miguel Expréssate, S.L.

Angelini Farmacéutica

Noel Alimentaria Andros Danone

Danone

Aves Nobles y Derivados

Calidad Pascual S.A.U. Avícola Tratante, S.L.

Danone

Nestlé España S.A. Nutrición

Infantil

Grupo Primaflor

Ta-Tung Platos Precocinados, S.L.

Productos Velarte, S.L.

Maxxium España SL

Choví SL Grupo Dulcesol Gallina Blanca

Beauty Emotions

Beauty Emotions

Eugene Perma L'Oréal Paris

Laboratorios Indas S.A.U

L'Oréal Paris





Higiene Bucal

Oral-B Pro-Expert Dientes
Fuertes

Procter & Gamble España S.A.

Cuidado Íntimo Melagyn Hidratante Vaginal Gynea de Kern Pharma

Plancha de Pelo Rowenta

PAE Cuidado Capilar Premium Care Brush & Groupe SEB

Straight

Higiene del Bebé Moltex Premium Ontex

Afeitado Maquinilla BIC Flex 3

Comfort

Limpieza de CARELI Limpiador de

Electrodomésticos Cafeteras

Colchones Bultex Nanotech Pikolin

Colchones Bultex Nanotech Pikolin Antipiojos Filvit Hogar Uriach

Jardinería Green-Top, el fertilizante más Vitaterra (Grupo Mirat

completo Fertilizantes)

BIC

CARELI 2007, S.L.

Groupe SEB

Detergentes FLOPP Ropa BEBÉ CARELI 2007, S.L.

Lavavajillas FLOPP Lavavajillas gel CARELI 2007, S.L.

ECOLABEL ECOLABEL

Sofás Sofá Natura Plus Grupo Lo Monaco

Pinturas OXIRON Esmalte Titanlux antioxidante al agua

Papel Higiénico Colhogar Just-1 SCA Hygiene Products

PAE Hogar Cepillo de Vapor Rowenta Groupe SEB

Acces' Steam

Robot de cocina Moulinex I-

PAE Cocina

Companion

Limpieza del Hogar Regina Blitz Sofidel Spain

Si os interesa, en la web de El Producto del Año podréis encontrar muchos más detalles sobre los premiados, la innovación y el estudio de NetQuest.

Pero... ¿Queréis ver cómo se desarrolló la noche? ¿Qué miembros de la plataforma Influencers Kuvut nos acompañaron esta vez para conocer en primicia los 45 productos premiados? Atentos a nuestro resumen especial:





Las mejores innovaciones se convierten en Productos del Año

POR MDO MAS ARTICULOS DE ESTE AUTOR









Este lunes tuvo lugar en el Hotel Catalonia Plaza de Barcelona la 17 edición de entrega de galardones del Gran Premio a la Innovación, en la que se dieron a conocer las 45 innovaciones que han sido elegidas Producto del Año 2017 tras un exhaustivo estudio a más de 10.000 personas representativas de la población española.



Productos premiados





La Ceremonia de Entrega de Premios, presentada por **Blanca Gener**, directora general del certamen, y **Federico de Juan**, congregó a más de 350 invitados entre los que se encontraban los máximos representantes de las empresas premiadas, destacadas personalidades del mundo empresarial, del marketing y la comunicación, convirtiéndose en la gran fiesta de la innovación.

La innovación es un **valor en alza entre los consumidores**. Al 66,2 por ciento de la población le gusta probar productos nuevos, un dato que alcanza el 70.5 por ciento en el caso de las mujeres, y el 53,3 por ciento está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae.

El 31,5 por ciento de los encuestados se muestra dispuesto a pagar más por un producto de marca fabricante que por otro de marca blanca. Y sólo el 37,8 por ciento reconoce que prefiere productos de marca blanca porque son más baratos.

La **recomendación** (45,1 por ciento) es el tercer motivo para comprar un nuevo producto detrás de haberlo visto anunciado (49,8 por ciento) y de que satisfaga una nueva necesidad (47,4 por ciento).

Productos premiados

Danone se alzó como la empresa de alimentación más premiada, con sendos reconocimientos para 'Activia Semillas' en la categoría de yogures saludables, 'Oikos caramelo' y 'Oikos manzana-canela" en yogures griegos y 'Las 2 vacas" en lácteos ecológicos. **Mahou San Miguel** obtuvo dos reconocimientos, para 'San Miguel 0,0% Isotónica' (cervezas sin alcohol) y 'Mahou Limón' (cervezas con limón).

El resto de galardonados en alimentación: **Andros Food** y su 'Gama Dhul Gourmand' (postres); Aves Nobles y Derivados por la Hamburguesa de pollo con zanahoria **Casa Matachin** (hamburguesas); **Avícola Tratante** por sus 'Huevos frescos Demillo' (huevos); **Choví**, por sus 'AlliOli Intenso Choví' (salsas); **Dulcesol**, por 'Dulcesol Innova' (bollería); **Expressate** por su 'Natural Fresh Tea' (refrescos de té); **Gallina Blanca** por Yatekomo World Tour (platos preparados); Grupo Leche Pascual por 'Leche Pascual 0%' (leche); Maxxium España por 'Larios Rosé' (bebidas espirituosas); **Nestlé** por 'logolino suave y cremoso' (postres lácteos infantiles); **Noel Alimentaria** por 'Veggie de Noel' (embutidos); **Primaflor** por 'Enrollados de Pollo Primaflor' (ensaladas preparadas); **Ta-Tung** por 'Rollitos Ta-Tung' (platos orientales); **Velarte** por 'Gama Snackium Velarte' (snacks); **Bayer** por 'Supradyn Activo Mujer' (multivitamínicos); y **Angelini** por 'Leotron Vitamina C' (complementos alimenticios a base de vitamina C).

L'Oréal recibió tres galardones: 'Magic Retouch' en la categoría de coloración, para 'Elvive Tratamiento Purificante Pre-Champú Arcilla Extraordinaria' en cuidado capilar, mientras que 'Revitalift Laser X3 Doble Cuidado Rejuvenecedor Visible' se alzó en cuidado facial. Por su parte, **Beauty Emotions** obtuvo los premios para 'Crema Corporal Body Butter Naturalium' en cuidado corporal y gel de baño perfumado 'Lovium' en higiene corporal. La nómina de premiados en cuidado personal la completan: 'Blonde Box de Colorcrem', de **Eugene Perma** (aclarantes capilares); 'BIC Flex 3 Comfort' de **Bic** (afeitado); 'Melagyn Hidratante Vaginal', de **Gynea Laboratorios** (cuidado íntimo); 'Indasec Discreet' de **Indas** (incontinencia); 'Oral Pro-Expert Dientes Fuertes', de **Procter & Gamble** (higiene bucal); 'Colhogar Just-1', de **SCA** (papel higiénico); 'Filvit Hogar' de **Uriach** (antipiojos); y 'Moltex Premium', de **Valor Brands** (higiene del bebé).



PAE Cuidado Capilar



Careli consiguió tres distinciones: 'Careli Limpiador de Cafeteras' (limpieza de electrodomésticos), 'Flopp Ropa Bebé' (detergentes) y 'Flopp Lavavajillas Gel-Cápsulas Ecolabel' (lavavajillas). 'Regina Blitz' de **Regina** se hizo con el galardón en limpieza del hogar. El resto de premiados en categorías de no alimentación fueron 'Green-Top' de Mirat Fertilizantes (jardinería); 'Sofa Natura Plus Lo Monaco' de **Grupo Lo Monaco** (sofás); 'Bultex Nanotech', de **Pikolín** (colchones); y 'Oxiron Liso Brillante Agua' de **Titanlux** (pinturas).

Groupe SEB, consiguió premio en el apartado de electrodomésticos. 'Rowenta Premium Care Brush & Straigt' fue reconocida en PAE cuidado capilar, mientras que otro producto de la misma marca -'Plancha Vertical Rowenta Acces Steam'- se hacía con el premio en PAE hogar. Por último, SEB consiguió el premio en PAE cocina con su 'Robot Moulinex I-Companion'.

CONSULTE EL LISTADO DE LOS PREMIADOS:

Categoría	Nombre Producto	Empresa
Multivitamínicos	Supradyn Activo Mujer	Bayer Hispania S.L.
Cervezas sin Alcohol	San Miguel 0,0 Isotónica	Mahou San Miguel
Cervezas con Limón	Mahou Limón	Mahou san Miguel
Refrescos de té	Cuida-té Natural Fresh Tea	Expréssate, S.L.
Complementos Alimenticios a base de Vitamina C	Leotron VIT.C	Angelini Farmacéutica
Embutidos	Noel Veggie	Noel Alimentaria
Postres	Gama Dhul Gourmand	Andros
Yogures Saludables	Activia Semillas y Cereales	Danone
Yogures Griegos	Oikos Caramelo y Oikos Manzana- canela	Danone
Hamburguesas	Burger de Pollo y Zanahoria Casa Matachin	Aves Nobles y Derivados
Leches	Leche Pascual 0%	Calidad Pascual S.A.U.
Huevos	Huevos Demillo	Avicola Tratante, S.L.
Lácteos Ecológicos	Las 2 Vacas	Danone
Postres Lácteos Infantiles	IOGOLINO Suave y Cremoso	Nestlé España S.A. Nutrición Infantil
Ensaladas Preparadas	Enrollados de Pollo	Grupo Primaflor
Platos Orientales	Gama de Rollitos	Ta-Tung Platos Precocinados, S.
Snacks	Gama SNACKIUM® VELARTE	Productos Velarte, S.L.
Bebidas Espirituosas	Larios Rosé	Maxxium España SL
Salsas	Allioli Intenso Choví	Choví SL
Bollería	Línea Dulcesol Innova	Grupo Dulcesol
Platos Preparados	Yatekomo World Tour	Gallina Blanca
Coloración	Magic Retouch Retoca-Raices Instantáneo	L'Oréal Paris
Cremas Corporales	Naturalium Crema Corporal Nuts	Beauty Emotions
Higiene Corporal	Lovium Gel de Baño Perfumado	Beauty Emotions
Aclarantes Capilares	Colorcrem Blonde Box	Eugene Perma
Cuidado Capilar	Mascarilla Pre-Champú Elvive Arcilla Extraordinaria	L'Oréal Paris
Incontinencia	Indasec® Discreet	Laboratorios Indas S.A.U
Cuidado Facial	Revitalift Laser X3 Doble Cuidado Rejuvenecedor Visible	L'Oréal Paris
Higiene Bucal	Oral-B Pro-Expert Dientes Fuertes	Procter & Gamble España S.A.
Cuidado Íntimo	Melagyn Hidratante Vaginal	Gynea de Kern Pharma

Plancha de Pelo Rowenta Premium

Groupe SEB





		1
Higiene del Bebé	Moltex Premium	Ontex
Afeitado	Maquinilla BIC Flex 3 Comfort	BIC
Limpieza de Electrodomésticos	CARELI Limpiador de Cafeteras	CARELI 2007, S.L.
Colchones	Bultex Nanotech	Pikolin
Antipiojos	Filvit Hogar	Uriach
Jardinería	Green-Top, el fertilizante más completo	Vitaterra (Grupo Mirat Fertilizantes)
Detergentes	FLOPP Ropa BEBÉ	CARELI 2007, S.L.
Lavavajillas	FLOPP Lavavajillas gel ECOLABEL	CARELI 2007, S.L.
Sofás	Sofá Natura Plus	Grupo Lo Monaco
Pinturas	OXIRON Esmalte antioxidante al agua	Titanlux
Papel Higiénico	Colhogar Just-1	SCA Hygiene Products
PAE Hogar	Cepillo de Vapor Rowenta Acces' Steam	Groupe SEB
PAE Cocina	Robot de cocina Moulinex I- Companion	Groupe SEB
Limpieza del Hogar	Regina Blitz	Sofidel Spain







PUBLICADO EL 20/12/2016

Entregados los galardones Producto del Año

Un total de 45 referencias reciben el Gran Premio a la Innovación 2017

infoRETAIL.- Los 45 ganadores de la 17ª edición del Gran Premio a la Innovación se conocieron anoche, en un evento celebrado en el hotel Catalonia Plaza, en Barcelona, después de un estudio realizado a más de 10.000 personas.

Los galardonados han sido designados tras un estudio realizado el pasado mes de octubre entre el panel de consumidores de Netquest a una selección de productos nuevos lanzados al mercado entre el 1 de enero de 2015 y el 30 de septiembre de 2016 en los sectores de alimentación, higiene-cosmética, droguería y parafarmacia.

En total se ha encuestado via online a 10.032 individuos representativos de la población española entre 18 y 55 años que han valorado la innovación y grado de intención de compra de cada uno de los candidatos. Además se ha realizado una prueba de producto a 100 personas por participante para valorar cualidades muy diversas como la relación calidad-precio, el envase, sabor, perfume, eficacia...

Los 45 productos premiados se identificarán durante todo el año 2017 con el logotipo Elegido Producto del Año en su comunicación. Asimismo, en el marco de la colaboración que El Producto del Año mantiene con Euromadi, los productos más innovadores de 2017 contarán además con acciones especiales en más de 6.000 puntos de venta, con expositores, 'stoppers' y folletos informativos para facilitar que los consumidores accedan a la innovación relevante.

Los 45 productos premíados, pertenecientes a 35 empresas distintas, son:

- Categoría de Multivitamínicos, galardón para Supradyn Activo Mujer, de Bayer Hispania.
- Categoría de Cervezas sin Alcohol, premio para San Miguel 0,0 Isotónica, de Mahou San Miguel.
- Categoría de Cervezas con Limón, reconocimiento para Mahou Limón, de Mahou San Miguel.
- Categoría de Refrescos de Té, galardón para Cuida-té Natural Fresh Tea, de Expréssate.
- Categoría de Complementos Alimenticios a base de Vitamina C, premio para Leotron VIT.C, de Angelini Farmacéutica.
- Categoría de Embutidos, galardón para Noel Veggie, de Noel Alimentaria.
- Categoría de Postres, reconocimiento para Gama Dhul Gourmand, de Andros.





- Categoría de Yogures Saludables, premio para Activia Semillas y Cereales, de Danone.
- Categoría de Yogures Griegos, galardón para Oikos Caramelo y Oikos Manzana-Canela, de Danone.
- Categoría de Hamburguesas, premio para Burger de Pollo y Zanahoria, de Casa Matachin Aves Nobles y Derivados.
- Categoría de Leches, galardón para Leche Pascual 0%, de Calidad Pascual.
- Categoría de Huevos, reconocimiento para Huevos Demillo, de Avicola Tratante.
- Categoría de Lácteos Ecológicos, premio para Las 2 Vacas, de Danone.
- Categoría de Postres Lácteos Infantiles, reconocimiento para logolino Suave y Cremoso, de Nestlé España.
- Categoría de Ensaladas Preparadas, galardón para Enrollados de Pollo, de Grupo Primaflor.
- Categoría de Platos Orientales, premio para Gama de Rollitos, de Ta-Tung Platos Precocinados.
- Categoría de Snacks, reconocimiento para Gama Snackium Velarte, de Productos Velarte.
- Categoría de Bebidas Espirituosas, galardón para Larios Rosé, de Maxxium España.
- Categoría de Salsas, premio para Allioli Intenso Choví, de Choví
- Categoría de Bollería, galardón para Línea Dulcesol Innova, de Grupo Dulcesol.
- Categoría de Platos Preparados, premio para Yatekomo World Tour, de Gallina Blanca.
- Categoría de Coloración, reconocimiento para Magic Retouch Retoca-Raíces Instantáneo, de L'Oréal Paris.
- Categoría de Cremas Corporales, galardón para Naturalium Crema Corporal Nuts, de Beauty Emotions.
- Categoría de Higiene Corporal, premio para Lovium Gel de Baño Perfumado, de Beauty Emotions.
- Categoría de Aclarantes Capilares, reconocimiento para Colorcrem Blonde Box, de Eugene Perma.
- Categoría de Cuidado Capilar, galardón para Mascarilla Pre-Champú Elvive Arcilla Extraordinaria, de L'Oréal Paris.
- Categoría de Incontinencia, premio para Indasec Discreet, de Laboratorios Indas.
- Categoría de Cuidado Facial, galardón para Revitalift Laser X3
 Doble Cuidado Rejuvenecedor Visible, de L'Oréal Paris.
- Categoría de Higiene Bucal, premio para Oral-B Pro-Expert Dientes Fuertes, de Procter & Gamble España.
- Categoría de Cuidado Íntimo, galardón para Melagyn Hidratante Vaginal Gynea, de Kern Pharma.
- Categoría de PAE Cuidado Capilar, premio para Plancha de Pelo Rowenta Premium Care Brush & Straight, de Groupe SEB.
- Categoría de Higiene del Bebé, galardón para Moltex Premium, de Ontex.
- Categoría de Afeitado, premio para Maquinilla BIC Flex 3 Comfort, de BIC.
- Categoría de Limpieza de Electrodomésticos, reconocimiento para Carelli Limpiador de Cafeteras, de Carelli 2007.
- Categoría de Colchones, premio para Bultex Nanotech, de Pikolin.





- Categoría de Antipiojos, galardón para Filvit Hogar, de Uriach.
- Categoría de Jardinería, reconocimiento para Green-Top, de Vitaterra (Grupo Mirat Fertilizantes).
- Categoría de Detergentes, premio para Flopp Ropa Bebé, de Carelli 2007.
- Categoría de Lavavajillas, galardón para Flopp Lavavajillas Gel Ecolabel, de Carelli 2007.
- Categoría de Sofás, reconocimiento para Natura Plus, de Grupo Lo Monaco.
- Categoría de Pinturas, galardón para Oxiron Esmalte antioxidante al agua, de Titanlux.
- Categoría de Papel Higiénico, premio para Colhogar Just-1, de SCA Hygiene Products.
- Categoría de PAE Hogar, galardón para Cepillo de Vapor Rowenta Acces' Steam, de Groupe SEB.
- Categoría de PAE Cocina, premio para Robot de cocina Moulinex I-Companion, de Groupe SEB.
- Categoría de Limpieza del Hogar, galardón para Regina Blitz, de Sofidel Spain.







Las mejores innovaciones se convierten en Productos del Año 2016

Martes 20 de diciembre de 2016

Compartir G+1 0





Este lunes tuvo lugar en el Hotel Catalonia Plaza de Barcelona la 17 edición de entrega de galardones del Gran Premio a la Innovación, en la que se dieron a conocer las 45 innovaciones que han sido elegidas Producto del Año 2017 tras un exhaustivo estudio a más de 10.000 personas representativas de la población española.



La Ceremonia de Entrega de Premios, presentada por Blanca Gener, directora general del certamen, y **Federico de Juan**, congregó a más de 350 invitados entre los que se encontraban los máximos representantes de las empresas premiadas, destacadas personalidades del mundo empresarial, del marketina y la comunicación, convirtiéndose en la gran fiesta de la innovación.

La innovación es un valor en alza entre los consumidores. Al 66,2 por ciento de la población le gusta probar productos nuevos, un dato que alcanza el 70.5 por ciento en el caso de las mujeres, y el 53,3 por ciento está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae.

El 31,5 por ciento de los encuestados se muestra dispuesto a pagar más por un producto de marca fabricante que por otro de marca blanca. Y sólo el 37,8 por ciento reconoce que prefiere productos de marca blanca porque son más baratos.

La recomendación (45,1 por ciento) es el tercer motivo para comprar un nuevo producto detrás de haberlo visto anunciado (49,8 por ciento) y de que satisfaga una nueva necesidad (47,4 por ciento).





Productos premiados

Danone se alzó como la empresa de alimentación más premiada, con sendos reconocimientos para 'Activia Semillas' en la categoría de yogures saludables, 'Oikos caramelo' y 'Oikos manzana-canela" en yogures griegos y 'Las 2 vacas" en lácteos ecológicos. **Mahou San Miguel** obtuvo dos reconocimientos, para 'San Miguel 0,0% Isotónica' (cervezas sin alcohol) y 'Mahou Limón' (cervezas con limón).

El resto de galardonados en alimentación: Andros Food y su 'Gama Dhul Gourmand' (postres); Aves Nobles y Derivados por la Hamburguesa de pollo con zanahoria Casa Matachin (hamburguesas); Avícola Tratante por sus 'Huevos frescos Demillo' (huevos); Choví, por sus 'AlliOli Intenso Choví' (salsas); Dulcesol, por 'Dulcesol Innova' (bollería); Expressate por su 'Natural Fresh Tea' (refrescos de té); Gallina Blanca por Yatekomo World Tour (platos preparados); Grupo Leche Pascual por 'Leche Pascual 0%' (leche); Maxxium España por 'Larios Rosé' (bebidas espirituosas); Nestlé por 'Iogolino suave y cremoso' (postres lácteos infantiles); Noel Alimentaria por 'Veggie de Noel' (embutidos); Primaflor por 'Enrollados de Pollo Primaflor' (ensaladas preparadas); Ta-Tung por 'Rollitos Ta-Tung' (platos orientales); Velarte por 'Gama Snackium Velarte' (snacks); Bayer por 'Supradyn Activo Mujer' (multivitamínicos); y Angelini por 'Leotron Vitamina C' (complementos alimenticios a base de vitamina C).

L'Oréal recibió tres galardones: 'Magic Retouch' en la categoría de coloración, para 'Elvive Tratamiento Purificante Pre-Champú Arcilla Extraordinaria' en cuidado capilar, mientras que 'Revitalift Laser X3 Doble Cuidado Rejuvenecedor Visible' se alzó en cuidado facial. Por su parte, Beauty Emotions obtuvo los premios para 'Crema Corporal Body Butter Naturalium' en cuidado corporal y gel de baño perfumado 'Lovium' en higiene corporal. La nómina de premiados en cuidado personal la completan: 'Blonde Box de Colorcrem', de Eugene Perma (aclarantes capilares); 'BIC Flex 3 Comfort' de Bic (afeitado); 'Melagyn Hidratante Vaginal', de Gynea Laboratorios (cuidado íntimo); 'Indasec Discreet' de Indas (incontinencia); 'Oral Pro-Expert Dientes Fuertes', de Procter & Gamble (higiene bucal); 'Colhogar Just'1', de SCA (papel higiénico); 'Filvit Hogar' de Uriach (antipiojos); y 'Moltex Premium', de Valor Brands (higiene del bebé).

Careli consiguió tres distinciones: 'Careli Limpiador de Cafeteras' (limpieza de electrodomésticos), 'Flopp Ropa Bebé' (detergentes) y 'Flopp Lavavajillas Gel-Cápsulas Ecolabel' (lavavajillas). 'Regina Blitz' de Regina se hizo con el galardón en limpieza del hogar. El resto de premiados en categorías de no alimentación fueron 'Green-Top' de Mirat Fertilizantes (jardinería); 'Sofa Natura Plus Lo Monaco' de Grupo Lo Monaco (sofás); 'Bultex Nanotech', de Pikolín (colchones); y 'Oxiron Liso Brillante Agua' de Titanlux (pinturas).



Groupe SEB, consiguió premio en el apartado de electrodomésticos. 'Rowenta Premium Care Brush & Straigt' fue reconocida en PAE cuidado capilar, mientras que otro producto de la misma marca -'Plancha Vertical Rowenta Acces Steam'se hacía con el premio en PAE hogar. Por último, SEB consiguió el premio en PAE cocina con su 'Robot Moulinex I-Companion'.



Ganadores del Producto del Año 2016 (Foto: El Producto el Año)





Alimentación 20/12/2016 Revista ARAL

Al 66,2% de los españoles les gusta probar productos nuevos

45 productos premiados por su innovación en la 17 edición de 'El Producto del Año'



Algunos de los galardonados, posando en una foto de familia tras la entrega de premios.

Anoche tuvo lugar, en el Hotel Catalonia Plaza de Barcelona, la entrega de premios en la que es ya la 17 edición del Gran Premio a la Innovación, por el que 45 innovaciones han sido elegidas como Producto del Año 2017. La entrega de premios, presentada por Blanca Gener, directora general del certamen, congregó a más de 350 invitados entre representantes de las empresas premiadas, personalidades del mundo empresarial, del marketing y la comunicación.

El **Producto del Año**, certamen nacido en Francia en 1987, es el único en el que los consumidores eligen los productos más innovadores en gran consumo. Actualmente se celebra en más de 30 países en todo el mundo.

En el marco de la colaboración que El Producto del Año mantiene con **Euromadi**, los productos más innovadores de 2017 contarán además con **acciones especiales en más de 6.000 puntos de venta**, con expositores, stoppers y folletos informativos para facilitar que los consumidores accedan a la innovación relevante.

Los galardonados han sido designados tras un estudio realizado el pasado mes de octubre entre el panel de consumidores de Netquest a una selección de productos nuevos lanzados al mercado entre el 1 de enero de 2015 y el 30 de septiembre de 2016 en los sectores de Alimentación, Higiene-Cosmética, Droguería y Parafarmacia. En total **se ha encuestado vía on-line a 10.032 individuos** representativos de la población española entre 18 y 55 años, que han valorado la innovación y grado de intención de compra de cada uno de los candidatos. Además se ha realizado una prueba de producto a 100 personas por cada producto participante, para valorar cualidades muy diversas como la relación calidad-precio, el envase, sabor, perfume o eficacia.

Los 45 productos premiados se identificarán durante todo el año 2017 con el **logotipo**Elegido Producto del Año en su comunicación. Estos productos pertenecen a 35 empresas distintas, 13 de las cuales participaban por primera vez en el certamen. Aquí puede consultar la relación de premiados.





La innovación en España

El estudio analiza algunos aspectos relevantes sobre la percepción de los nuevos productos en el mercado. En este sentido, el **66,22% de los encuestados reconoce que le gusta probar nuevos productos**, un dato que alcanza el 70,5% en el caso de las mujeres, y el 53,3% está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae.

Sin embargo, el 48,8% indica que compra más productos según el precio y se fija menos en si son innovadores. Esto puede deberse a que el 42,2% considera que los productos nuevos difieren poco de los ya existentes y el 47,1% cree que la calidad de los productos de marca blanca es similar a los productos de marca fabricante. El 31,5% de los encuestados se muestra dispuesto a pagar más por un producto de marca fabricante que por otro de marca blanca. Y sólo el 37,8% reconoce que prefiere productos de marca blanca porque son más baratos.

La **recomendación (45,1%)** es el tercer motivo para comprar un nuevo producto, por detrás de haberlo visto anunciado (49,8%) y de que satisfaga una nueva necesidad (47,4%).







Al 66,2% de los españoles les gusta probar productos nuevos

Anoche tuvo lugar en el Hotel Catalonia Plaza de Barcelona la 17ª Entrega de Galardones del Gran Premio a la Innovación, en la que se dieron a conocer las 45 innovaciones que han sido Elegidas Producto del Año 2017 tras un exhaustivo estudio a más de 10.000 personas representativas de la población española.

La Ceremonia de Entrega de Premios, presentada por Blanca Gener, directora general del certamen, y Federico de Juan, congregó a más de 350 invitados entre los que se encontraban los máximos representantes de las empresas premiadas, destacadas personalidades del mundo empresarial, del marketing y la comunicación, convirtiéndose en la gran fiesta de la innovación.

La innovación es un valor en alza entre los consumidores. Al 66.2% de la población le gusta probar productos nuevos, un dato que alcanza el 70.5% en el caso de las mujeres, y el 53.3% está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae.

El 31.5% de los encuestados se muestra dispuesto a pagar más por un producto de marca fabricante que por otro de marca blanca. Y sólo el 37.8% reconoce que prefiere productos de marca blanca porque son más baratos.

La recomendación (45.1%) es el tercer motivo para comprar un nuevo producto detrás de haberlo visto anunciado (49.8%) y de que satisfaga una nueva necesidad (47.4%). Estos son algunos de los datos que arroja el estudio realizado por Netquest para El Producto del Año.

El Producto del Año es el único certamen a nivel nacional en el que los consumidores eligen los productos más innovadores del año en gran consumo. El certamen nació en Francia en el año 1987 y actualmente se celebra en más de 30 países en todo el mundo. Ésta es la 17ª edición en España.

Los galardonados han sido designados tras un estudio realizado el pasado mes de Octubre entre el panel de consumidores de Netquest a una selección de productos nuevos lanzados al mercado entre el 1 de enero de 2015 y el 30 de septiembre de 2016 en los sectores de Alimentación, Higiene-Cosmética, Droguería y Parafarmacia.

En total se ha encuestado vía on-line a 10.032 individuos representativos de la población española entre 18 y 55 años que han valorado la innovación y grado de intención de compra de cada uno de los candidatos. Además se ha realizado una prueba de producto a 100 personas por participante para valorar cualidades muy diversas como la relación calidad-precio, el envase, sabor, perfume, eficacia... Los 45 productos premiados se identificarán durante todo el año 2017 con el logotipo Elegido Producto del Año en su comunicación.

En el marco de la colaboración que El Producto del Año mantiene con Euromadi, los productos más innovadores de 2017 contarán además con acciones especiales en más de 6.000 puntos de venta, con expositores, stoppers y folletos informativos para facilitar que los consumidores accedan a la innovación relevante.

Estos productos pertenecen a 35 empresas distintas, 13 de las cuales participaban por primera vez en el certamen. Los productos galardonados en esta edición son:







El estudio encargado por la organización del certamen además analiza algunos aspectos relevantes sobre la percepción de los nuevos productos en el mercado. En este sentido, el 66.2% de los encuestados reconoce que le gusta probar nuevos productos, un dato que alcanza el 70.5% en el caso de las mujeres, y el 53.3% está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae.

Si bien es cierto que el 48.8% indica que ahora compra más productos según el precio y se fija menos en si son innovadores. Esto puede deberse a que el 42.2% considera que los productos nuevos difieren poco de los ya existentes y el 47.1% cree que la calidad de los productos de marca blanca es similar a los productos de marca fabricante. El 31.5% de los encuestados se muestra dispuesto a pagar más por un producto de marca fabricante que por otro de marca blanca. Y sólo el 37.8% reconoce que prefiere productos de marca blanca porque son más baratos.

La recomendación (45.1%) es el tercer motivo para comprar un nuevo productodetrás de haberlo visto anunciado (49.8%) y de que satisfaga una nueva necesidad (47.4%).

月 Print







AL 66'2% DE LOS ESPAÑOLES LES GUSTA PROBAR PRODUCTOS NUEVOS

20 DICIEMBRE, 2016

Los resultados del mayor estudio representativo sobre nuevos productos se presentaron este lunes en la entrega de galardones del Gran Premio a la Innovación

Durante el acto se dieron a conocer los 45 productos más valorados por su innovación

Anoche tuvo lugar en el Hotel Catalonia Plaza de Barcelona la 17ª Entrega de Galardones del Gran Premio a la Innovación, en la que se dieron a conocer las 45 innovaciones que han sido Elegidas Producto del Año 2017 tras un exhaustivo estudio a más de 10.000 personas representativas de la población española.

La Ceremonia de Entrega de Premios, presentada por Blanca Gener, directora general del certamen, y Federico de Juan, congregó a más de 350 invitados entre los que se encontraban los máximos representantes de las empresas premiadas, destacadas personalidades del mundo empresarial, del marketing y la comunicación, convirtiéndose en la gran fiesta de la innovación.

La innovación es un valor en alza entre los consumidores. Al 66.2% de la población le gusta probar productos nuevos, un dato que alcanza el 70.5% en el caso de las mujeres, y el 53.3% está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae.

El 31.5% de los encuestados se muestra dispuesto a pagar más por un producto de marca fabricante que por otro de marca blanca. Y sólo el 37.8% reconoce que prefiere productos de marca blanca porque son más baratos.

La recomendación (45.1%) es el tercer motivo para comprar un nuevo producto detrás de haberlo visto anunciado (49.8%) y de que satisfaga una nueva necesidad (47.4%).

Estos son algunos de los datos que arroja el estudio realizado por Netquest para El Producto del Año.

El Producto del Año es el único certamen a nivel nacional en el que los consumidores eligen los productos más innovadores del año en gran consumo. El certamen nació en Francia en el año 1987 y actualmente se celebra en más de 30 países en todo el mundo. Ésta es la 17ª edición en España.

Los galardonados han sido designados tras un estudio realizado el pasado mes de Octubre entre el panel de consumidores de Netquest a una selección de productos nuevos lanzados al mercado entre el 1 de enero de 2015 y el 30 de septiembre de 2016 en los sectores de Alimentación, Higiene-Cosmética, Droguería y Parafarmacia.





En total se ha encuestado vía on-line a 10.032 individuos representativos de la población española entre 18 y 55 años que han valorado la innovación y grado de intención de compra de cada uno de los candidatos. Además se ha realizado una prueba de producto a 100 personas por participante para valorar cualidades muy diversas como la relación calidad-precio, el envase, sabor, perfume, eficacia... Los 45 productos premiados se identificarán durante todo el año 2017 con el logotipo Elegido Producto del Año en su comunicación. En el marco de la colaboración que El Producto del Año mantiene con Euromadi, los productos más innovadores de 2017 contarán además con acciones especiales en más de 6.000 puntos de venta, con expositores, stoppers y folletos informativos para facilitar que los consumidores accedan a la innovación relevante. Estos productos pertenecen a 35 empresas distintas, 13 de las cuales participaban por primera vez en el certamen. Los productos galardonados en esta edición son:

Categoría	Nombre Producto	Empresa
Multivitamínicos	Supradyn Activo Mujer	Bayer Hispania S.L.
Cervezas sin Alcohol	San Miguel 0,0 Isotónica	Mahou San Miguel
Cervezas con Limón	Mahou Limón	Mahou san Miguel
Refrescos de té	Cuida-té Natural Fresh Tea	Expréssate, S.L.
Complementos Alimenticios a base de Vitamina C	Leotron VIT.C	Angelini Farmacéutica
Embutidos	Noel Veggie	Noel Alimentaria
Postres	Gama Dhul Gourmand	Andros
Yogures Saludables	Activia Semillas y Cereales	Danone
Yogures Griegos	Oikos Caramelo y Oikos Manzana-canela	Danone
Hamburguesas	Burger de Pollo y Zanahoria Casa Matachin	Aves Nobles y Derivados
Leches	Leche Pascual 0%	Calidad Pascual S.A.U.
Huevos	Huevos Demillo	Avícola Tratante, S.L.
Lácteos Ecológicos	Las 2 Vacas	Danone
Postres Lácteos Infantiles	IOGOLINO Suave y Cremoso	Nestlé España S.A. Nutrición Infanti
Ensaladas Preparadas	Enrollados de Pollo	Grupo Primaflor
Platos Orientales	Gama de Rollitos	Ta-Tung Platos Precocinados, S.L.
Snacks	Gama SNACKIUM® VELARTE	Productos Velarte, S.L.
Bebidas Espirituosas	Larios Rosé	Maxxium España SL
Salsas	Allioli Intenso Choví	Choví SL
Bollería	Línea Dulcesol Innova	Grupo Dulcesol
Platos Preparados	Yatekomo World Tour	Gallina Blanca
Coloración	Magic Retouch Retoca-Raíces Instantáneo	L'Oréal Paris
Cremas Corporales	Naturalium Crema Corporal Nuts	Beauty Emotions
Higiene Corporal	Lovium Gel de Baño Perfumado	Beauty Emotions
Aclarantes Capilares	Colorcrem Blonde Box	Eugene Perma
Cuidado Capilar	Mascarilla Pre-Champú Elvive Arcilla Extraordinaria	L'Oréal Paris
Incontinencia	Indasec® Discreet	Laboratorios Indas S.A.U
Cuidado Facial	Revitalift Laser X3 Doble Cuidado Rejuvenecedor Visible	L'Oréal Paris

Higiene Bucal	Oral-B Pro-Expert Dientes Fuertes	Procter & Gamble España S.A.
Cuidado Intimo	Melagyn Hidratante Vaginal	Gynea de Kern Pharma
PAE Cuidado Capilar	Plancha de Pelo Rowenta Premium Care Brush & Straight	Groupe SEB
Higiene del Bebé	Moltex Premium	Ontex
Afeitado	Maquinilla BIC Flex 3 Comfort	BIC
Limpieza de Electrodomésticos	CARELI Limpiador de Cafeteras	CARELI 2007, S.L.
Colchones	Bultex Nanotech	Pikolin
Antipiojos	Filvit Hogar	Uriach
Jardinería	Green-Top, el fertilizante más completo	Vitaterra (Grupo Mirat Fertilizantes)
Detergentes	FLOPP Ropa BEBÉ	CARELI 2007, S.L.
Lavavajillas	FLOPP Lavavajillas gel ECOLABEL	CARELI 2007, S.L.
Sofás	Sofá Natura Plus	Grupo Lo Monaco
Pinturas	OXIRON Esmalte antioxidante al agua	Titanlux
Papel Higiénico	Colhogar Just-1	SCA Hygiene Products
PAE Hogar	Cepillo de Vapor Rowenta Acces' Steam	Groupe SEB
PAE Cocina	Robot de cocina Moulinex I-Companion	Groupe SEB
Limpieza del Hogar	Regina Blitz	Sofidel Spain





La innovación en España

El estudio encargado por la organización del certamen además analiza algunos aspectos relevantes sobre la percepción de los nuevos productos en el mercado. En este sentido, el 66.2% de los encuestados reconoce que le gusta probar nuevos productos, un dato que alcanza el 70.5% en el caso de las mujeres, y el 53.3% está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae. Si bien es cierto que el 48.8% indica que ahora compra más productos según el precio y se fija menos en si son innovadores.

Esto puede deberse a que el 42.2% considera que los productos nuevos difieren poco de los ya existentes y el 47.1% cree que la calidad de los productos de marca blanca es similar a los productos de marca fabricante. El 31.5% de los encuestados se muestra dispuesto a pagar más por un producto de marca fabricante que por otro de marca blanca. Y sólo el 37.8% reconoce que prefiere productos de marca blanca porque son más baratos.

La recomendación (45.1%) es el tercer motivo para comprar un nuevo producto detrás de haberlo visto anunciado (49.8%) y de que satisfaga una nueva necesidad (47.4%).

ESPAÑOLES EVENTOS GRAN PREMIO A LA INNOVACIÓN INNOVACIÓN NOMBRAMIENTOS NOTICIAS PRODUCTOS

REVISTA REVISTA EJECUTIVOS







Gran Premio a la Innovación, Elegido Producto del Año 2017 (Foto: Gran Premio a la Innovación, Elegido Producto de Año 2017)

Las innovaciones que se convertirán en Producto del Año 2016



Este lunes se darán a conocer las innovaciones en gran consumo que se alzan con el **Gran Premio a la Innovación**, Elegido Producto del Año 2017. El evento tendrá lugar en el Hotel Catalonia Barcelona Plaza, a las 19.30 horas y en él se darán a conocer las 45 innovaciones premiadas tras un exhaustivo estudio a más de 10.000 personas representativas de la población española.

El Producto del Año es un certamen donde se eligen, mediante el voto directo de más de 10.000 consumidores, **los productos más innovadores del año**. Los ganadores se darán a conocer este lunes en la Gala de Entrega de Galardones Gran Premio a la Innovación. Puede participar cualquier producto de gran consumo de ámbito nacional referenciado en hipermercados, supermercados, farmacia y/o grandes superficies.

En esta decimoséptima edición han participado innovaciones lanzadas al mercado entre el 1 de enero de 2015 y el 30 de septiembre de 2016, tanto de **alimentación**, **como de cosmética**, **droguería**, **parafarmacia y bazar**. El objetivo es impulsar la innovación en el sector del gran consumo y acercar los productos más novedosos e innovadores a los consumidores.

El certamen fue creado en **Francia en 1987 por Christian Le Bret**, con el objetivo de ofrecer al consumidor la oportunidad de ser el auténtico protagonista a la hora de elegir Los Productos del Año, y buscando que su opinión no sólo se limitase al lineal del supermercado. Este certamen estimuló la innovación en los lineales franceses y consiguió, en pocos años, recuperar el favor y la credibilidad del gran público y la confianza de los grandes y pequeños anunciantes hacia este tipo de galardones.

España, de la mano de **Fabrizio Selva**, fue el primer país fuera de Francia que acogió el certamen, hace ya diecisiete años. El certamen está presente actualmente en más de 30 países en todo el mundo.



19 diciembre 2016



La presente edición del certamen en España ha contado con 45 categorías galardonadas en las que han participado empresas de reconocido prestigio nacional y multinacionales.

Cada año se lleva a cabo una **encuesta online** mediante la cual se obtiene la opinión de más de **10.000** personas representativas de la población española **entre 18 y 55 años** pertenecientes al panel de consumidores de Netquest a lo que se suman los resultados de los test de producto que realiza el Club Compractica a 100 personas por producto. Durante la encuesta online, los consumidores responden a dos cuestiones: en qué medida consideran innovador ese producto y qué grado de intención de compra tienen para cada producto participante. Por otra parte, en el test de producto se pregunta sobre el sabor, textura, perfume, eficacia, relación calidad-precio, envase, valoración global del producto,...

Cada categoría cuenta con un número mínimo garantizado de productos participantes. En cada una de las categorías, el producto que recibe mayor puntuación es el elegido

Producto del Año y tiene el derecho a utilizar, **durante un año** y en toda su comunicación, el logotipo que lo acredita como tal.

El estudio encargado por la organización del certamen además analiza algunos aspectos relevantes sobre la percepción de los **nuevos productos en el mercado**. En este sentido, el 66.2 por ciento de los encuestados reconoce que le gusta probar nuevos productos, un dato que alcanza el 70.5 por ciento en el caso de las mujeres, y el 53.3 por ciento está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae. Si bien es cierto que el 48.8 por ciento indica que ahora compra más productos según el precio y se fija menos en si son innovadores.



19 diciembre 2016



Gran Premio a la Innovación, Elegido Producto del Año 2017 (Foto: Gran Premio a la Innovación, Elegido Producto del Año 2017)

Las innovaciones que se convertirán en Producto del Año

POR MDO
MAS ARTICULOS DE ESTE AUTOR
Lunes 19 de diciembre de 2016, 09:22h









Este lunes se darán a conocer las innovaciones en gran consumo que se alzan con el <u>Gran Premio a la Innovación</u>, Elegido Producto del Año 2017. El evento tendrá lugar en el Hotel Catalonia Barcelona Plaza, a las 19.30 horas y en él se darán a conocer las 45 innovaciones premiadas tras un exhaustivo estudio a más de 10.000 personas representativas de la población española.

El Producto del Año es un certamen donde se eligen, mediante el voto directo de más de 10.000 consumidores, **los productos más innovadores del año**. Los ganadores se darán a conocer este lunes en la Gala de Entrega de Galardones Gran Premio a la Innovación. Puede participar cualquier producto de gran consumo de ámbito nacional referenciado en hipermercados, supermercados, farmacia y/o grandes superficies.

En esta decimoséptima edición han participado innovaciones lanzadas al mercado entre el 1 de enero de 2015 y el 30 de septiembre de 2016, tanto de **alimentación, como de cosmética, droguería, parafarmacia y bazar**. El objetivo es impulsar la innovación en el sector del gran consumo y acercar los productos más novedosos e innovadores a los consumidores.

El certamen fue creado en **Francia en 1987 por Christian Le Bret**, con el objetivo de ofrecer al consumidor la oportunidad de ser el auténtico protagonista a la hora de elegir Los Productos del Año, y buscando que su opinión no sólo se limitase al lineal del supermercado. Este certamen estimuló la innovación en los lineales franceses y consiguió, en pocos años, recuperar el favor y la credibilidad del gran público y la confianza de los grandes y pequeños anunciantes hacia este tipo de galardones.

España, de la mano de **Fabrizio Selva**, fue el primer país fuera de Francia que acogió el certamen, hace ya diecisiete años. El certamen está presente actualmente en más de 30 países en todo el mundo.

La presente edición del certamen en España ha contado con 45 categorías galardonadas en las que han participado empresas de reconocido prestigio nacional y multinacionales.



19 diciembre 2016



Cada año se lleva a cabo una **encuesta online** mediante la cual se obtiene la opinión de más de **10.000** personas representativas de la población española entre **18 y 55 años** pertenecientes al panel de consumidores de Netquest a lo que se suman los resultados de los test de producto que realiza el Club Compractica a 100 personas por producto. Durante la encuesta online, los consumidores responden a dos cuestiones: en qué medida consideran innovador ese producto y qué grado de intención de compra tienen para cada producto participante. Por otra parte, en el test de producto se pregunta sobre el sabor, textura, perfume, eficacia, relación calidad-precio, envase, valoración global del producto,...

Cada categoría cuenta con un número mínimo garantizado de productos participantes. En cada una de las categorías, el producto que recibe mayor puntuación es el elegido Producto del Año y tiene el derecho a utilizar, **durante un año** y en toda su comunicación, el logotipo que lo acredita como tal.

El estudio encargado por la organización del certamen además analiza algunos aspectos relevantes sobre la percepción de los **nuevos productos en el mercado**. En este sentido, el 66.2 por ciento de los encuestados reconoce que le gusta probar nuevos productos, un dato que alcanza el 70.5 por ciento en el caso de las mujeres, y el 53.3 por ciento está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae. Si bien es cierto que el 48.8 por ciento indica que ahora compra más productos según el precio y se fija menos en si son innovadores.



septiembre 2016



EMPIEZA LA CUENTA ATRÁS, CANDIDATURAS EL PRODUCTO DEL AÑO 2017

por Expertos

Noticias , Portada 2



0 Comentarios

Aumenta el número de candidaturas y categorías participantes en El Producto del Año 2017

- El comité deontológico del certamen validó las candidaturas para 44 categorías de producto que optarán a ser elegidos Producto del Año 2017.
- Durante los meses de Septiembre y Octubre 10.000 personas valorarán los nuevos productos a través de un test de concepto y un test de producto.

En esta edición se observa un importante crecimiento en el número de candidaturas a este certamen que premia la innovación con el voto directo de los consumidores. De las 32 categorías que obtuvieron el galardón en la pasada edición, este año el certamen contará con 44 categorías distintas.

Todos los productos validados por el comité participarán en la mayor encuesta sobre innovación en gran consumo que se realiza en España.

El estudio se llevará a cabo mediante dos tipos de test que garantizan la absoluta imparcialidad y rigor de los resultados. Por una parte la empresa Netquest realizará un test de concepto on-line a más de 10.000 personas representativas de la población española mayores de 18 años valorando el grado de innovación y de intención de compra. Por otra parte, In-Store1on1, a través de su Club de consumidores Compráctica, llevará a cabo un test de producto a 100 personas del target que valorarán criterios intrínsecos de los productos como sabor, perfume, textura, envase, practicidad, relación calidad-precio...

Durante el mes de diciembre se darán a conocer las candidaturas premiadas en cada una de las categorías, que serán los galardonados como "Producto del Año 2017", y podrán utilizar el logotipo que les acredita como tal durante todo el año 2017 en cualquier acción de comunicación.

17 años conectando a los consumidores con la innovación

El objetivo del certamen "Producto del Año", creado en Francia en 1987, es dar la voz al consumidor sobre los nuevos productos que se lanzan cada año al mercado.

El Gran Premio a la Innovación está presente actualmente en 35 países en todo el mundo bajo el mismo concepto y logotipo y este año celebra su 17º aniversario en España.

En este tiempo se ha convertido en un referente entre los consumidores, ya que más del 62% de la población lo conoce, especialmente el público más joven, y lo asocia a un sello de garantía de calidad y que le otorga confianza a la hora de adquirir el producto en el mercado.

En los últimos meses El Producto del Año ha cerrado diferentes acuerdos de colaboración con el objetivo de acercar cada vez más la innovación a los consumidores. En este sentido destacan especialmente los relativos a los puntos de venta como las colaboraciones con In-Store1on1 y la central de compras Euromadi.











Aumenta el número de candidaturas a 'Producto del Año 2017'

ALIMARKET GRAN CONSUMO 21/09/2016

Sector Gran Consumo



El Comité Deontológico del gran premio a la innovación denominado 'Producto del Año 2017' se reunió el pasado lunes en Barcelona para validar las candidaturas de productos inscritos al certamen en esta edición. Los productos candidatos de esta edición son lanzamientos realizados en el mercado español entre el 1 de enero y el 30 de septiembre de 2016 pertenecientes a más de 70 empresas diferentes. En esta edición se observa un importante crecimiento en el número de candidaturas a este certamen que premia la innovación con el voto directo de los consumidores. De las 32 categorías que obtuvieron el galardón en la pasada edición, este año el certamen contará con 44 categorias distintas.

Todos los productos validados por el comité participarán en la mayor encuesta sobre innovación en gran consumo que se realiza en España. El estudio se llevará a cabo mediante dos tipos de test que garantizan la absoluta imparcialidad y rigor de los resultados. Por una parte, la empresa Netquest realizará un test de concepto on-line a más de 10.000 personas representativas de la población española mayores de 18 años valorando el grado de innovación y de intención de compra. Por otra parte, In-Store1on1, a través de su Club de consumidores Compráctica, llevará a cabo un test de producto a 100 personas del target que valorarán criterios intrínsecos de los productos como sabor, perfume, textura, envase, practicidad, relación calidad-precio.

Durante el mes de diciembre, se darán a conocer las candidaturas premiadas en cada una de las categorías, que serán los galardonados como 'Producto del Año 2017', y podrán utilizar el logotipo que les acredita como tal durante todo el año 2017 en cualquier acción de comunicación.

El objetivo de este certamen, creado en Francia en 1987, es dar la voz al consumidor sobre los nuevos productos que se lanzan cada año al mercado. El Gran Premio a la Innovación está presente actualmente en 35 países en todo el mundo bajo el mismo concepto y logotipo y este año celebra su 17º aniversario en España.

4º PUNTO DE ENCUENTRO AECOC CONTRA EL DESPERDICIO ALIMENTARIO / SAVE FOOD MEETING

26 DE SEPTIEMBRE 2016, MADRID













Aumenta el número de candidaturas y categorías participantes en "El Producto del Año 2017"



De las 32 categorías del año pasado, este año los participantes competirán en 44 categorías.

El comité deontológico del premio "El Producto del Año 2017" se ha reunido para validar las candidaturas a las 44 categorías de productos inscritos al certamen en esta edición. Los candidatos son lanzamientos realizados en el mercado español entre el 1 de enero de 2016 y el 30 de septiembre de 2016, pertenecientes a más de 70 empresas diferentes.

En esta edición se observa, en primer lugar, un crecimiento del número de categorías en las que se puede participar. De las 32 que obtuvieron el galardón en la pasada edición, este año el certamen contará con 44 categorías distintas.

Todos los productos validados por el comité

participarán en la mayor encuesta sobre innovación en gran consumo que se realiza en España. El estudio se llevará a cabo mediante dos tipos de test que garantizan la absoluta imparcialidad y rigor de los resultados. Por una parte la empresa Netquest realizará un test de concepto on-line a más de 10.000 personas representativas de la población española mayores de 18 años, valorando el grado de innovación y de intención de compra. Por otra parte, In-Store1on1, a través de su club de consumidores Compráctica, llevará a cabo un test de producto a 100 personas del target que valorarán criterios intrinsecos de los productos como sabor, perfume, textura, envase, practicidad o relación calidad-precio.

Durante el mes de diciembre se darán a conocer las candidaturas premiadas en cada una de las categorías, que serán los galardonados como "Producto del Año 2017", y podrán utilizar el **logotipo que les acredita** como tal durante todo el año 2017 en cualquier acción de comunicación.

Durante el mes de diciembre se darán a conocer las candidaturas premiadas en cada una de las categorías, que serán los galardonados como "Producto del Año 2017", y podrán utilizar el **logotipo que les acredita** como tal durante todo el año 2017 en cualquier acción de comunicación.

El objetivo del certamen "Producto del Año", creado en Francia en 1987, es dar la voz al consumidor sobre los nuevos productos que se lanzan cada año al mercado. El Gran Premio a la Innovación **está presente actualmente en 35 países en todo el mundo** bajo el mismo concepto y logotipo y este año celebra su 17 aniversario en España.





Más candidaturas y categorías para El Producto del Año 2017

Los productos candidatos de esta edición son lanzamientos realizados entre enero y septiembre de este 2016 en España.



El Gran Premio a la Innovación: El Producto del Año 2017, que se entregará en el mes de diciembre, va cogiendo poco a poco forma después de que en esta misma semana el Comité Deontológico del certamen haya validado las candidaturas para las 44 categorías de esta edición. El año pasado hubo 32.

Los productos candidatos de esta edición son lanzamientos realizados en el mercado español entre el 1 de enero y el 30 de septiembre de 2016, pertenecientes a más de 70 empresas diferentes.

En esta edición se observa un importante crecimiento en el número de candidaturas para el galardón, que premia la innovación con el voto directo de los consumidores. Durante el mes de diciembre se darán a conocer las candidaturas premiadas en cada una de las categorías, que serán los reconocidos como Producto del Año 2017 y podrán utilizar el logotipo que les acredita como tal durante todo el año que viene en cualquier acción de comunicación.

Todos los productos validados por el comité participarán en la mayor encuesta sobre innovación en gran consumo que se realiza en España. El estudio se llevará a cabo mediante dos tipos de test que garantizan la absoluta imparcialidad y rigor de los resultados. Por una parte, la empresa Netquest realizará un test



online a más de 10.000 personas representativas de la población española mayores de 18 años, valorando el grado de innovación y de intención de compra. Por otra parte, In-Store1on1, a través de su Club de consumidores Compráctica, llevará a cabo un test de producto a 100 personas del target que valorarán criterios intrínsecos de los productos como sabor, perfume, textura, envase, practicidad, relación calidad-precio, etc.

El objetivo del Producto del Año, creado en Francia en 1987, es dar la voz al consumidor sobre los nuevos productos que se lanzan cada año al mercado. El Gran Premio a la Innovación está presente actualmente en 35 países en todo el mundo bajo el mismo concepto y logotipo. Este año celebra su 17º aniversario en España.

21 septiembre 2016



Aumentan las candidaturas y categorías en El Producto del Año 2017



21 DE SEPTIEMBRE DE 2016

Durante los meses de septiembre y octubre 10.000 personas valorarán los nuevos productos a través de un test de concepto y un test de producto.

El Comité Deontológico del Gran Premio a la Innovación: El Producto del Año 2017 se reunió el pasado lunes 19 de septiembre en Barcelona para validar las candidaturas para 44 categorías de productos inscritos al certamen en esta edición. Este comité está formado por Borja Martín, profesor de Conducta del Consumidor, Consumer Insights y Sistemas de Información en Marketing en Esade y socio y director general de Salvetti & Llombart, como presidente; David Riu, director del Departamento de Empresa y Tecnología y del Innova Institute en La Salle Campus Barcelona; Carlos Jordana, profesor de Dirección de Marketing de ESADE y Socio Director de Merk2; y Josep Ramón Meseguer, director de programas In-Company y de I+D Área Académica de Marketing de ESIC Barcelona, como vocales.

Los productos candidatos de esta edición son lanzamientos realizados en el mercado español entre el 1 de enero de 2016 y el 30 de septiembre de 2016 pertenecientes a más de 70 empresas diferentes.

Todos los productos validados por el comité participarán en la mayor encuesta sobre innovación en gran consumo que se realiza en España.

El estudio se llevará a cabo mediante dos tipos de test que garantizan la absoluta imparcialidad y rigor de los resultados. Por una parte la empresa Netquest realizará un test de concepto on-line a más de 10.000 personas representativas de la población española mayores de 18 años valorando el grado de innovación y de intención de compra. Por otra parte, In-Store1on1, a través de su Club de consumidores Compráctica, llevará a cabo un test de producto a 100 personas del target que valorarán criterios intrínsecos de los productos como sabor, perfume, textura, envase, practicidad, relación calidad-precio

Durante el mes de diciembre se darán a conocer las candidaturas premiadas en cada una de las categorías, que serán los galardonados como "Producto del Año 2017", y podrán utilizar el logotipo que les acredita como tal durante todo el año 2017 en cualquier acción de comunicación.

En la foto, de izquierda a derecha: Carlos Jordana, Borja Martín, Josep Ramón Meseguer y David Riu



Alimarket

'Producto del Año' y Euromadi impulsan un foro sobre Innovación

Sólo un 2% de las novedades es innovación genuina, según Kantar Media

ALIMARKET ALIMENTACIÓN 28/07/2016

Sector Alimentación y Bebidas



Grupo Euromadi, central multisectorial de compras y servicios para la distribución comercial líder en el mercado español, junto con Producto del Año, empresa promotora del 'Gran Premio a la Innovación', han organizado un encuentro en el Hotel Westin Palace de Madrid, con la asistencia de destacados fabricantes y miembros de la distribución del grupo Euromadi, para debatir sobre la importancia de la innovación como principal motor para crecer y generar valor en el sector del gran consumo . El evento ha contado con la participación de Fabrizio Selva, presidente del Producto del Año, Blanca Gener, directora general del Producto del Año; Jaime Rodríguez, presidente y consejero

delegado de Euromadi Ibérica; Antonio Font, director general de Euromadi Ibérica, Ignacio Larracoechea, presidente de Promarca; Mauricio García de Quevedo, director general de FIAB; y César Valencoso, Consumer Insights Consulting Director de Kantar Media. Asimismo, el Foro de Innovación ha congregado a destacados directivos de compañías como Procter & Gamble, Heineken, Mahou-San Miguel, Nestlé, Ordesa y un nutrido grupo de distribuidores de Euromadi.

La jornada ha girado en torno a la innovación, nuevas oportunidades y puntos de mejora para trabajar conjuntamente los principales actores del sector y contribuir a revalorizar los mercados. Durante la sesión se ha tratado el papel de la innovación entendida como la creación de productos "verdaderamente relevantes" para el consumidor por su carácter único y beneficios aportados; la necesidad de apoyar la innovación con campañas de difusión 360° - con un enfoque omnicanal-; se han analizado las principales claves del éxito o fracaso de un lanzamiento; cómo influye la innovación de las grandes marcas en el conjunto del sector; o la necesidad de establecer una colaboración efectiva entre fabricantes y distribuidores para apoyar la innovación con acciones concretas y garantizar un mayor crecimiento, entre otros aspectos.

La innovación relevante, diferencial, implica una mayor inversión para los fabricantes pero supone una verdadera oportunidad de crecimiento para el mercado. Cabe destacar que del total de lanzamientos en el territorio nacional, un 80% son copias de otros productos, por lo que están abocados al fracaso. El 20% restante se considera innovación y de ese porcentaje sólo un 2% es innovación genuina -una nueva categoría o un producto completamente novedoso-, según datos de Kantar Media. Desde la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB) se ha destacado la importancia de la colaboración público-privada como un elemento esencial para el desarrollo de programas de I+D+i , mediante el apoyo a la financiación de proyectos, para crear productos de alto valor para el consumo nacional y el incremento de la exportación.

Promarca destaca que la innovación hace crecer a las categorías de productos 4 veces más que cuando hay poca innovación. A medio-largo plazo, esto tiene un gran impacto en la creación de empleo y en el mantenimiento de nuestra sociedad de bienestar social. Por su parte, Jaime Rodríguez, presidente de Euromadi Ibérica, ha puesto el acento en la necesidad de conectar objetivos entre fabricantes y distribuidores. "Los fabricantes deben lanzar productos que realmente aporten valor al mercado, que habitualmente implican una mayor inversión pero no son una copia o evolución de otros productos ya existentes. Si es así, la distribución también debe hacer un esfuerzo para potenciar esos productos en los establecimientos incrementando su referenciación, ya que será imprescindible para generar crecimiento en los mercados maduros", según ha destacado Rodríguez.

Desde 1999, compartimos diariamente unos minutos con las personas que deciden



El Producto del Año y Grupo Euromadi impulsan un Foro sobre Innovación en el gran consumo

Noticia Remitida



Grupo Euromadi, y El Producto del Año realizaron un encuentro el pasado 13 de julio en Madrid, con la asistencia de destacados fabricantes y miembros de la distribución del grupo Euromadi, para debatir sobre la importancia de la innovación como principal motor para crecer y generar valor en el sector del gran consumo.

La jornada ha girado en torno a la innovación, nuevas oportunidades y puntos de mejora para trabajar conjuntamente los principales actores del

sector y contribuir a **revalorizar los mercados**. Durante la sesión se ha tratado el papel de la innovación entendida como la creación de **productos** "**verdaderamente relevantes**" para el consumidor por su carácter único y beneficios aportados; la necesidad de apoyar la innovación con **campañas de difusión 360**°; se han analizado las principales **claves del éxito** de un lanzamiento; cómo influye la **innovación de las grandes marcas** en el conjunto del sector; o la necesidad de establecer una **colaboración efectiva entre fabricantes y distribuidores** para apoyar la innovación con acciones concretas y garantizar un mayor crecimiento, entre otros aspectos.



Descarga las conclusiones de la jornada en www.granpremioalainnovacion.com





Noticias del Sector

Miércoles 20 de Julio de 2016



PUBLICADO EL 19/07/2016

La innovación, objetivo común de distribución e industria

Euromadi y Producto del Año organizan un foro de debate

infoRETALL.- Jaime Rodríguez, presidente de Euromadi Ibérica, ha destacado la necesidad de conectar objetivos entre fabricantes y distribuidores, durante el encuentro organizado por la central de compras y Producto del Año, empresa promotora del Gran Premio a la Innovación, con destacados fabricantes y miembros de la distribución.

"Los fabricantes deben lanzar productos que realmente aporten valor al mercado, que habitualmente implican una mayor inversión pero no son una copia o evolución de otros productos ya existentes", ha subrayado Rodríguez.

"Si es así, la distribución también debe hacer un esfuerzo para potenciar esos productos en los establecimientos incrementando su referenciación, ya que será imprescindible para generar crecimiento en los mercados maduros", ha añadido.

La jornada ha girado sobre la importancia de la innovación como principal motor para crecer y generar valor en el sector del gran consumo. En este sentido, del total de lanzamientos en el territorio nacional, un 80% son copias de otros productos, por lo que están abocados al fracaso. El 20% restante se considera innovación y, de ese porcentaje, sólo un 2% es innovación genuina –una nueva categoría o un producto completamente novedoso-, según datos de Kantar Media.

Desde la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB) se ha destacado la importancia de la colaboración público-privada como un elemento esencial para el desarrollo de programas de I+D+i, mediante el apoyo a la financiación de proyectos, para crear productos de alto valor para el consumo nacional y el incremento de la exportación.

Promarca ha recordado que la innovación hace crecer a las categorías de productos cuatro veces más que cuando hay poca innovación. A medio-largo plazo, esto tiene un gran impacto en la creación de empleo y en el mantenimiento de nuestra sociedad del bienestar.







ACTUALIDAD





Madrid se ha convertido en el punto de encuentro de distribuidores y fabricantes para analizar los retos y oportunidades del sector entorno a la innovación como factor clave para aportar valor al merc...





Producto del Año y Grupo Euromadi organizan un Foro acerca de Innovación en el gran consumo

POR XTERNALIZA 19 JULIO, 2016 SIN COMENTARIOS

FERIAS/EVENTOS, INNOVACION Y PRODUCTO : TAGGED; GRUPO ERUOMANDI, PRODUCTO DEL AÑO



Tweet this post

Post to Facebook

Digg this!

Add to Delicious

Stumble this

Google Buzz

Yahoo Buzz

Post to Technorati

Share on LinkedinEmail a friend

Innovacion y Producto

Grupo Eruomandi, central multisectorial de compras y servicios para la distribución comercial líder en el mercado de España, junto con Producto del Año, empresa promotora del Gran Premio a la Innovación, ha organizado un encuentro en el Hotel Westin Palace de Madrid. A este acontecimiento han acudido asistencia de destacados fabricantes y miembros de la distribución del grupo Euromadi, el objetivo era debatir sobre la importancia de la innovación como principal motor para crecer y generar valor en el sector del gran consumo.

Este acontecimiento ha contado con la participación de Fabrizio Selva, presidente del Producto del Año, Blanca Gener, directora general del Producto del Año; Jaime Rodríguez, presidente y consejero delegado de Euromadi Ibérica; Antonio Font, director general de Euromadi Ibérica, Ignacio Larracoechea, presidente de Promarca; Mauricio García de Quevedo, director general de FIAB; y César Valencoso, Consumer Insights Consulting Director de Kantar Media. También han estado presentes directos de compañías como como Procter & Gamble, Heineken, Mahou-San Miguel, Nestlé, Ordesa y un nutrido grupo de distribuidores de

La importancia de la innovación

Este acontecimiento ha permitido vislumbrar las nuevas oportunidades y los puntos de mejora para trabajar de forma conjuntan con los principales participantes del sector y revalorizar los mercados. Durante esta reunión se ha tratado el papel que juegan los productos verdaderamente relevnates para el consumidor por su carácter único y por los beneficios aportados.

También se ha destacado la importancia de la puesta en práctica de campañas de difusión omnicanal y se han analizado las principales claves del éxito o del fracaso de un lanzamiento. Otro de los puntos ha sido la importancia de establecer una colaboración efectiva entre fabricantes y distribuidores para apoyar la innovación con acciones concretas y garantizar un mayor crecimiento

Desde FIAB (Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas) se ha realzado la importancia que tiene la colaboración entre el ámbito público y el privado para el desarrollo de programas de I+D+i para crear productos de alto valor para el consumo nacional y que sirvan para incrementar las exportaciones.





Producto del Año y Grupo Euromadi impulsan un Foro sobre Innovación en el gran consumo



Promarca, la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB) y Kantar Media han participado en el 'Foro sobre Innovación', que también ha contado con la asistencia de directivos de Procter & Gamble, Heineken, Mahou-San Miguel, Nestlé y Ordesa.

Grupo Euromadi, central multisectorial de compras y servicios para la distribución comercial líder en el mercado español, junto con **Producto del Año**, empresa promotora del Gran Premio a la Innovación, han organizado un encuentro en el **Hotel Westin Palace de Madrid**, con la asistencia de destacados fabricantes y miembros de la distribución del grupo Euromadi, para debatir sobre la importancia de la innovación como principal Madrid se ha convertido en el punto de encuentro de distribuidores y fabricantes para analizar los retos y oportunidades del sector entorno a la innovación como factor clave para aportar valor al mercado motor para crecer y generar valor en el sector del gran consumo.



El evento ha contado con la participación de Fabrizio Selva, presidente del Producto del Año, Blanca Gener, directora general del Producto del Año; Jaime Rodríguez, presidente y consejero delegado de Euromadi Ibérica; Antonio Font, director general de Euromadi Ibérica, Ignacio Larracoechea, presidente de Promarca; Mauricio García de

Quevedo, director general de FIAB; y César Valencoso, Consumer Insights Consulting Director de Kantar Media. Asimismo, el Foro de Innovación ha congregado a destacados directivos de compañías como Procter & Gamble, Heineken, Mahou-San Miguel, Nestlé, Ordesa y un nutrido grupo de distribuidores de Euromadi.





La jornada ha girado en torno a la innovación, nuevas oportunidades y puntos de mejora para trabajar conjuntamente los principales actores del sector y contribuir a revalorizar los mercados. Durante la sesión se ha tratado el papel de la innovación entendida como la creación de productos "verdaderamente relevantes" para el consumidor por su carácter único y beneficios aportados; la necesidad de apoyar la innovación con campañas de difusión 360º -con un enfoque omnicanal-; se han analizado las principales claves del éxito o fracaso de un lanzamiento; cómo influye la innovación de las grandes marcas en el conjunto del sector; o la necesidad de establecer una colaboración efectiva entre fabricantes y distribuidores para apoyar la innovación con acciones concretas y garantizar un mayor crecimiento, entre otros aspectos.

La innovación relevante, diferencial, implica una mayor inversión para los fabricantes pero supone una verdadera oportunidad de crecimiento para el mercado. Cabe destacar que del total de lanzamientos en el territorio nacional, un 80% son copias de otros productos, por lo que están abocados al fracaso. El 20% restante se considera innovación y de ese porcentaje sólo un 2% es innovación genuina —una nueva categoría o un producto completamente novedoso-, según datos de Kantar Media.

Desde la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB) se ha destacado la importancia de la colaboración público-privada como un elemento esencial para el desarrollo de programas de I+D+i, mediante el apoyo a la financiación de proyectos, para crear productos de alto valor para el consumo nacional y el incremento de la exportación.

Promarca destaca que la innovación hace crecer a las categorías de productos 4 veces más que cuando hay poca innovación. A medio/largo plazo, esto tiene un gran impacto en la creación de empleo y en el mantenimiento de nuestra sociedad de bienestar social.

Por su parte, Jaime Rodríguez, presidente de Euromadi Ibérica, ha puesto el acento en la necesidad de conectar objetivos entre fabricantes y distribuidores. "Los fabricantes deben lanzar productos que realmente aporten valor al mercado, que habitualmente implican una mayor inversión pero no son una copia o evolución de otros productos



ya existentes. Si es así, la distribución también debe hacer un esfuerzo para potenciar esos productos en los establecimientos incrementando su referenciación, ya que será imprescindible para generar crecimiento en los mercados maduros", según ha destacado Rodríguez.

Grupo **Euromadi** está reforzando su apuesta por la innovación a través de **Producto del Año** con 3.000 expositores en el punto de venta, más de 200.000 stoppers y 13 millones de folletos informativos para los consumidores, en los que se destacan los lanzamientos —en todas las categorías— que han sido considerados realmente una innovación.







Producto del Año y Grupo Euromadi impulsan un Foro sobre Innovación en el gran consumo



Promarca, la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB) y Kantar Media han participado en el 'Foro sobre Innovación', que también ha contado con la asistencia de directivos de Procter & Gamble, Heineken, Mahou-San Miguel, Nestlé y Ordesa.

Grupo Euromadi, central multisectorial de compras y servicios para la distribución comercial líder en el mercado español, junto con Producto del Año, empresa promotora del Gran Premio a la Innovación, han organizado un encuentro en el Hotel Westin Palace de Madrid, con la asistencia de destacados fabricantes y miembros de la distribución del grupo Euromadi, para debatir sobre la importancia de la innovación como principal Madrid se ha convertido en el punto de encuentro de distribuidores y fabricantes para analizar los retos y oportunidades del sector entorno a la innovación como factor clave para aportar valor al mercado

motor para crecer y generar valor en el sector del gran consumo.



El evento ha contado con la participación de Fabrizio Selva, presidente del Producto del Año, Blanca Gener, directora general del Producto del Año; Jaime Rodriguez, presidente consejero delegado de Euromadi Ibérica; Antonio Font, director general de Euromadi Ibérica. Ignacio Larracoechea, presidente de Promarca: Mauricio García de Quevedo,

director general de FIAB; y César Valencoso, Consumer Insights Consulting Director de Kantar Media. Asimismo, el Foro de Innovación ha congregado a destacados directivos de compañías como Procter & Gamble, Heineken, Mahou-San Miguel, Nestlé, Ordesa y un nutrido grupo de distribuidores de Euromadi.





La jornada ha girado en torno a la innovación, nuevas oportunidades y puntos de mejora para trabajar conjuntamente los principales actores del sector y contribuir a revalorizar los mercados. Durante la sesión se ha tratado el papel de la innovación entendida como la creación de productos "verdaderamente relevantes" para el consumidor por su carácter único y beneficios aportados; la necesidad de apoyar la innovación con campañas de difusión 360º -con un enfoque omnicanal-; se han analizado las principales claves del éxito o fracaso de un lanzamiento; cómo influye la innovación de las grandes marcas en el conjunto del sector; o la necesidad de establecer una colaboración efectiva entre fabricantes y distribuidores para apoyar la innovación con acciones concretas y garantizar un mayor crecimiento, entre otros aspectos.

La innovación relevante, diferencial, implica una mayor inversión para los fabricantes pero supone una verdadera oportunidad de crecimiento para el mercado. Cabe destacar que del total de lanzamientos en el territorio nacional, un 80% son copias de otros productos, por lo que están abocados al fracaso. El 20% restante se considera innovación y de ese porcentaje sólo un 2% es innovación genuina —una nueva categoría o un producto completamente novedoso-, según datos de Kantar Media.

Desde la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB) se ha destacado la importancia de la colaboración público-privada como un elemento esencial para el desarrollo de programas de I+D+i, mediante el apoyo a la financiación de proyectos, para crear productos de alto valor para el consumo nacional y el incremento de la exportación.

Promarca destaca que la innovación hace crecer a las categorías de productos 4 veces más que cuando hay poca innovación. A medio/largo plazo, esto tiene un gran impacto en la creación de empleo y en el mantenimiento de nuestra sociedad de bienestar social.

Por su parte, Jaime Rodríguez, presidente de Euromadi Ibérica, ha puesto el acento en la necesidad de conectar objetivos entre fabricantes y distribuidores. "Los fabricantes deben lanzar productos que realmente aporten valor al mercado, que habitualmente implican una mayor inversión pero no son una copia o evolución de otros productos ya



existentes. Si es así, la distribución también debe hacer un esfuerzo para potenciar esos productos en los establecimientos incrementando su referenciación, ya que será imprescindible para generar crecimiento en los mercados maduros", según ha destacado Rodríguez.

Grupo **Euromadi** está reforzando su apuesta por la innovación a través de **Producto del Año** con 3.000 expositores en el punto de venta, más de 200.000 stoppers y 13 millones de folletos informativos para los consumidores, en los que se destacan los lanzamientos —en todas las categorías- que han sido considerados realmente una innovación.





Producto del Año y Grupo Euromadi impulsan un Foro por la Innovación



Foto de los participantes en el Foro.

Grupo Euromadi y Producto del Año han organizado un encuentro con destacados fabricantes y miembros de la distribución del grupo Euromadi. En él se ha debatido sobre la importancia de la innovación como principal motor para crecer y generar valor en el sector del gran consumo.

El evento, celebrado en el Hotel Westin Palace de Madrid, ha contado con la **participación** de Fabrizio Selva, presidente del Producto del Año, Blanca Gener, directora general del Producto del Año; Jaime Rodríguez, presidente y consejero delegado de Euromadi Ibérica; Antonio Font, director general de Euromadi Ibérica, Ignacio Larracoechea, presidente de Promarca; Mauricio García de Quevedo, director general de FIAB; y César Valencoso, Consumer Insights Consulting Director de Kantar Media. Asimismo, el Foro de Innovación ha congregado a destacados directivos de compañías como Procter & Gamble, Heineken, Mahou-San Miguel, Nestlé, Ordesa y un nutrido grupo de distribuidores de Euromadi.

La jornada ha girado en torno a la **innovación**, **nuevas oportunidades y puntos de mejora** para trabajar conjuntamente los principales actores del sector y contribuir a revalorizar los mercados. Durante la sesión se ha tratado el papel de la innovación entendida como la creación de productos "verdaderamente relevantes" para el consumidor por su carácter único y beneficios aportados; la necesidad de apoyar la innovación con campañas de difusión 360° - con un enfoque omnicanal-; se han analizado las principales claves del éxito o fracaso de un lanzamiento; cómo influye la innovación de las grandes marcas en el conjunto del sector; o la necesidad de establecer una colaboración efectiva entre fabricantes y distribuidores para apoyar la innovación con acciones concretas y garantizar un mayor crecimiento, entre otros aspectos.



Innovación relevante y diferencial

La innovación relevante, diferencial, implica una mayor inversión para los fabricantes pero supone una verdadera oportunidad de crecimiento para el mercado. Cabe destacar que del total de lanzamientos en el territorio nacional, un 80% son copias de otros productos, por lo que están abocados al fracaso. El 20% restante se considera innovación y, de ese porcentaje, sólo un 2% es innovación genuina —una nueva categoría o un producto completamente novedoso-, según datos de Kantar Media.

Desde la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (**FIAB**) se ha destacado la importancia de la colaboración público-privada como un elemento esencial para el desarrollo de programas de I+D+i, mediante el apoyo a la financiación de proyectos, para crear productos de alto valor para el consumo nacional y el incremento de la exportación.

Promarca ha destacado que la innovación hace crecer a las categorías de productos 4 veces más que cuando hay poca innovación. A medio-largo plazo, esto tiene un gran impacto en la creación de empleo y en el mantenimiento de nuestra sociedad del bienestar. Por su parte, Jaime Rodríguez, presidente de Euromadi Ibérica, ha puesto el acento en la necesidad de conectar objetivos entre fabricantes y distribuidores.

Grupo Euromadi está **reforzando su apuesta por la innovación** a través de Producto del Año con 3.000 expositores en el punto de venta, más de 200.000 stoppers y 13 millones de folletos informativos para los consumidores, en los que se destacan los lanzamientos —en todas las categorías- que han sido considerados realmente una innovación.



eurocarnedigital

Celebrado un foro sobre innovación en el sector de gran consumo

19/07/2016

Organizado por Producto del Año y Grupo Euromadi

Grupo Euromadi, central multisectorial de compras y servicios para la distribución comercial líder en el mercado español, y Producto del Año, empresa promotora del Gran Premio a la Innovación,han organizado un encuentro con destacados fabricantes y miembros de la distribución del grupo Euromadi. En él se ha debatido sobre la importancia de la innovación



como principal motor para crecer y generar valor en el sector del gran consumo.

El evento ha contado con la participación de Fabrizio Selva, presidente del Producto del Año, Blanca Gener, directora general del Producto del Año; Jaime Rodríguez, presidente y consejero delegado de Euromadi Ibérica; Antonio Font, director general de Euromadi Ibérica, Ignacio Larracoechea, presidente de Promarca; Mauricio García de Quevedo, director general de FIAB; y César Valencoso, Consumer Insights Consulting Director de Kantar Media. Asimismo, el Foro de Innovación ha congregado a destacados directivos de compañías como Procter & Gamble, Heineken, Mahou-San Miguel, Nestlé, Ordesa y un nutrido grupo de distribuidores de Euromadi.

La jornada ha girado en torno a la innovación, nuevas oportunidades y puntos de mejora para trabajar conjuntamente los principales actores del sector y contribuir a revalorizar los mercados.

Durante la sesión se ha tratado el papel de la innovación entendida como la creación de productos "verdaderamente relevantes" para el consumidor por su carácter único y beneficios aportados; la necesidad de apoyar la innovación con campañas de difusión 360° -con un enfoque omnicanal-; se han analizado las principales claves del éxito o fracaso de un lanzamiento; cómo influye la innovación de las grandes marcas en el conjunto del sector; o la necesidad de establecer una colaboración efectiva entre fabricantes y distribuidores para apoyar la innovación con acciones concretas y garantizar un mayor crecimiento, entre otros aspectos.

La innovación relevante, diferencial, implica una mayor inversión para los fabricantes pero supone una verdadera oportunidad de crecimiento para el mercado. Cabe destacar que del total de lanzamientos en el territorio nacional, un 80% son copias de otros productos, por lo que están abocados al fracaso. El 20% restante se considera innovación y, de ese porcentaje, sólo un 2% es innovación genuina -una nueva categoría o un producto completamente novedoso-, según datos de Kantar Media.

Desde la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB) se ha destacado la importancia de la colaboración público-privada como un elemento esencial para el desarrollo de programas de I+D+i, mediante el apoyo a la financiación de proyectos, para crear productos de alto valor para el consumo nacional y el incremento de la exportación.

eurocarnedigital

Por su parte, Promarca destaca que la innovación hace crecer a las categoríasde productos 4 veces más que cuando hay poca innovación. A medio-largo plazo, esto tiene un gran impacto en la creación de empleo y en el mantenimiento de nuestra sociedad del bienestar.

Jaime Rodríguez, presidente de Euromadi Ibérica, ha puesto el acento en la necesidad de conectar objetivos entre fabricantes y distribuidores. "Los fabricantes deben lanzar productos que realmente aporten valor al mercado, que habitualmente implican una mayor inversión pero no son una copia o evolución de otros productos ya existentes. Si es así, la distribución también debe hacer un esfuerzo para potenciar esos productos en los establecimientos incrementando su referenciación, ya que será imprescindible para generar crecimiento en los mercados maduros", según ha destacado Rodríguez.



SWEETPRESS

Grupo Euromadi y Producto del Año organizan un acto para analizar la innovación en gran consumo

18.07.16

Actualidad



El 'Foro sobre Innovación en el gran consumo', organizado por Producto del Año y Grupo Euromadi, ha convocado a representantes de la industria y la distribución que, junto a Promarca, FIAB y Kantar Media han debatido sobre los retos y oportunidades del sector en torno a la innovación como factor clave para aportar valor al mercado





Salvetti Llombart with El Producto del Año and Euromadi in the first Innovation
Journey Meeting

18 July 2016

El Producto del Año, Euromadi, Kantar Worldpanel, Promarca and FIAB have met in The Westin Palace Hotel in Madrid to debate about innovation in mass market. The first Innovation Journey Meeting became a meeting point btween innovaction, distribution and brands. Salvetti Llombart has collaborated and participated in this meeting. Read de the following article.

RESUMEN DE LA JORNADA

El encuentro ha dado inicio a las 10.00h con un discurso de bienvenida a cargo de Blanca Gener, Directora General de El Producto del Año y BorjaMartín, Director General de Salvetti & Llombart y Presidente del comité deontológico de El Producto del Año.

El turno de palabra también ha sido para Jaime Rodríguez, Presidente y Consejero Delegado de Euromadi; Ignacio Larracoechea, Secretario General de Promarca y Mauricio García de Quevedo, Director General de FIAB.

Las empresas participantes y asistentes han sido: El Producto del Año, Euromadi, Kantar Worldpanel, Promarca, FIAB, Procter & Gamble, Heineken, Mahou-San Miguel, Nestlé, Ordesa, Musgrave, Semark AC, Coviran, Luis Piña, Miquel Alimentació y Alcampo.

a jornada se ha desarrollado siguiendo 3 bloques temáticos, con una posterior mesa redonda, ronda de conclusiones y una comida networking ofrecida por el Westin Palace.

BLOQUE 1: EL CONSUMIDOR Y LA INNOVACIÓN EN PRODUCTOS DE GRAN CONSUMO

Kantar Worldpanel – César Valencoso, Consumer Insights Consulting Director El radar de la innovación: principales conclusiones ¿Cómo maximizar el éxito de los lanzamientos?





El Producto del Año - Ana Banquer, Directora Comercial y de Comunicación

El Producto del Año, el filtro del consumidor

30 años premiando a la innovación en 36 países

BLOQUE 2: DE LA OPINIÓN DEL CONSUMIDOR AL RECORRIDO DE LA INNOVACIÓN EN LA EMPRESA

Euromadi – Antonio Font, Director General El 24% de la distribución apoya la innovación El punto de venta: lugar de contacto entre consumidor e innovación

FIAB - Mauricio García de Quevedo, Director General I+D+i financiación pública y privada Tendencias innovadoras que implican una nueva manera de hacer negocios.

Promarca - Ignacio Larracoechea, Secretario General Marca versus Innovación Estrategia global de la empresa enfocada en la innovación

BLOQUE 3: LA RENTABILIDAD EN INNOVACIÓN EN PRODUCTOS DE GRAN CONSUMO

Mesa redonda moderada por Borja Martín, Director General de Salvetti & Llombart y Presidente del Comité Deontológico de El Producto del Año.

Con las intervenciones de Euromadi, FIAB y Promarca







Enlace original: http://www.granpremioalainnovacion.com/actualidad/el-producto-del-ano-organiza-el-primer-innovation-journey-meeting/

salvetti, producto del año, euromadi, innovation





General

Redacción | 18.07.2016

Fabricantes y distribuidores deben conectar objetivos

La innovación, vital para crear productos "relevantes"

Euromadi y Producto del Año organizan un evento que da prioridad a este factor como motor de crecimiento en gran consumo.



La innovación, entendida como la creación de productos
"verdaderamente relevantes"
para el consumidor por su
carácter único y beneficios
aportados, ha sido una de las
principales claves analizadas en un
encuentro organizado por Grupo
Euromadi junto con Producto del
Año, en el que se ha debatido

sobre la importancia de este factor como motor para crecer y generar valor en el sector del gran consumo.

Durante este foro se ha tratado, además, sobre la necesidad de apoyar la innovación con campañas de difusión 360º (con un enfoque omnicanal); y se han analizado las principales claves del éxito o fracaso de un lanzamiento, cómo influye la innovación de las grandes marcas, o la necesidad de establecer una colaboración efectiva entre fabricantes y distribuidores, entre otros aspectos.

Según datos de Kantar Media, la innovación diferencial implica una mayor inversión para los fabricantes, pero supone una verdadera oportunidad de crecimiento para el mercado. Y es que, del total de lanzamientos en el territorio nacional, un 80% son copias de otros productos, por lo que están abocados al fracaso. El 20% restante se considera innovación y de ese porcentaje sólo el 2% es innovación genuina, esto es, una nueva categoría o un producto completamente novedoso.

<u>Fiab</u>, por su parte, ha destacado la importancia de la colaboración públicoprivada como un elemento esencial para el desarrollo de programas de I+D+i, mediante el apoyo a la financiación de proyectos. Mientras que <u>Promarca</u> ha incidido en que la innovación hace crecer a las categorías de productos cuatro veces más que cuando hay poca innovación. A medio/largo plazo, esto tiene un gran impacto en la creación de empleo y en el mantenimiento de la sociedad de bienestar social.

Jaime Rodríguez, presidente de <u>Euromadi Ibérica</u>, ha puesto el acento en la necesidad de <u>conectar objetivos entre fabricantes y distribuidores</u>. "Los fabricantes deben lanzar productos que realmente aporten valor al mercado. La distribución también debe hacer un esfuerzo para potenciar esos productos en los establecimientos incrementando su referenciación", ha precisado.



18 de julio 2016



Euromadi y Producto del Año organizan un debate en torno a la innovación

18.07.16

Actualidad



El Foro sobre Innovación en el gran consumo, organizado por Producto del Año y Grupo Euromadi, ha reunido en Madrid a representantes de la industria y la distribución que, junto a Promarca, FIAB y Kantar Media han analizado los retos y oportunidades del sector en torno a la innovación relevante

Con la finalidad de debatir sobre la importancia de la innovación como motor de crecimiento y generación de valor en el sector del gran consumo, la central de compras y servicios Grupo Euromadi y la empresa promotora del Gran Premio a la Innovación, Producto del Año, han organizado el Foro de Innovación, un encuentro con destacados representantes de la industria y la distribución, que se ha celebrado en el Hotel Westin Palace de Madrid, el 13 de julio. La sesión ha brindado a los participantes la oportunidad de reflexionar sobre el papel de la innovación y las nuevas oportunidades y aspectos que pueden mejorarse de forma conjunta entre los diferentes eslabones del sector para revalorizar los mercados.

En el evento han participado, por parte de Producto del Año, Fabrizio Selva y Blanca Gener, presidente y directora general, respectivamente, y en representación de Euromadi Ibérica, su presidente y consejero delegado Jaime Rodríguez, y su director general, Antonio Font. Junto a ellos, acudieron al encuentro Mauricio García de Quevedo, director general de la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB); Ignacio Larracoechea, presidente de Promarca, y César Valencoso, Consumer Insights Consulting Director de Kantar Media. Asimismo, el Foro de Innovación ha congregado a directivos de compañías como Procter & Gamble, Heineken, Mahou-San Miguel, Nestlé, Ordesa y diversos miembros de la distribución del Grupo Euromadi.



18 de julio 2016



Durante la jornada, se han planteado temas como la necesidad de apoyar la innovación con campañas globales de difusión "con un enfoque omnicanal" y de establecer una colaboración efectiva entre fabricantes y distribuidores para apoyar la innovación con acciones concretas. Asimismo, se han analizado los aspectos claves que determinan el éxito o fracaso de un lanzamiento y el modo en que la innovación de las grandes marcas influye en el conjunto del sector.

Uno de los puntos sobre los que se ha incidido es sobre la innovación entendida como la creación de productos "verdaderamente relevantes y diferenciales" para el consumidor, sobre la que se ha coincidido en considerar que, aunque implica una mayor inversión para los fabricantes, supone una verdadera oportunidad de crecimiento para el mercado. Sobre el particular, se ha expuesto que del total de lanzamientos realizados en España, "un 80% son copias de otros productos, por lo que están abocados al fracaso. El 20% restante se considera innovación y de ese porcentaje sólo un 2% es innovación genuina" –una nueva categoría o un producto completamente novedoso-, según datos de Kantar Media.

Entre los aspectos destacados por FIAB, se ha subrayado la importancia de la colaboración público-privada en el desarrollo de programas de I+D+i, mediante el apoyo a la financiación de proyectos, para crear productos de alto valor para el consumo nacional y el incremento de la exportación. Por su parte, desde Promarca se ha recalcado que la innovación hace crecer a las categorías de productos cuatro veces más que cuando hay poca innovación. "A medio/largo plazo, esto tiene un gran impacto en la creación de empleo y en el mantenimiento de nuestra sociedad de bienestar social", han afirmado.

Incidiendo en la necesidad de conectar objetivos entre fabricantes y distribuidores, Jaime Rodríguez, presidente de Euromadi Ibérica, ha manifestado que "los fabricantes deben lanzar productos que realmente aporten valor al mercado, que habitualmente implican una mayor inversión pero no son una copia o evolución de otros productos ya existentes. Si es así, la distribución también debe hacer un esfuerzo para potenciar esos productos en los establecimientos incrementando su referenciación, ya que será imprescindible para generar crecimiento en los mercados maduros". Al respecto, Grupo Euromadi está reforzando su apuesta por la innovación a través de Producto del Año con 3.000 expositores en el punto de venta, más de 200.000 stoppers y 13 millones de folletos informativos para los consumidores, que destacan los lanzamientos considerados realmente una innovación.





La innovación centró el debate del Encuentro Euromadi-Producto del Año

EMPRESAS, FERIAS Y EVENTOS

1 NO HAY COMENTARIOS 18 JUL 2016



La central de compras Euromadi, junto con Producto del Año, empresa promotora del Gran Premio a la Innovación, ha organizado un encuentro en el Hotel Westin Palace de Madrid, para debatir sobre la importancia de la innovación como principal motor para crecer y generar valor en el sector del gran consumo.

El evento ha contado con la participación de Fabrizio Selva, presidente del Producto del Año, Blanca Gener, directora general del Producto del Año; Jaime Rodríguez, presidente y consejero delegado de Euromadi Ibérica; Antonio Font, director general de Euromadi Ibérica, Ignacio Larracoechea, presidente de Promarca; Mauricio García de Quevedo, director general de FIAB; y César Valencoso, Consumer Insights Consulting Director de Kantar Media. Asimismo, el Foro de Innovación ha congregado a destacados directivos de compañías como Procter & Gamble, Heineken, Mahou-San Miguel, Nestlé, Ordesa y un nutrido grupo de distribuidores de Euromadi.

La jornada ha girado en torno a la innovación, nuevas oportunidades y puntos de mejora para trabajar conjuntamente los principales actores del sector y contribuir a revalorizar los mercados. Durante la sesión se ha tratado el papel de la innovación entendida como la creación de productos "verdaderamente relevantes" para el consumidor por su carácter único y beneficios aportados; la necesidad de apoyar la innovación con campañas de difusión 360° -con un enfoque omnicanal-; se han analizado las principales claves del éxito o fracaso de un lanzamiento; cómo influye la innovación de las grandes marcas en el conjunto del sector; o la necesidad de establecer una colaboración efectiva entre fabricantes y distribuidores para apoyar la innovación con acciones concretas y garantizar un mayor crecimiento, entre otros aspectos.





La innovación relevante, diferencial, implica una mayor inversión para los fabricantes pero supone una verdadera oportunidad de crecimiento para el mercado. Cabe destacar que del total de lanzamientos en el territorio nacional, un 80% son copias de otros productos, por lo que están abocados al fracaso. El 20% restante se considera innovación y de ese porcentaje sólo un 2% es innovación genuina –una nueva categoría o un producto completamente novedoso-, según datos de Kantar Media.

Desde la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB) se ha destacado la importancia de la colaboración público-privada como un elemento esencial para el desarrollo de programas de I+D+i, mediante el apoyo a la financiación de proyectos, para crear productos de alto valor para el consumo nacional y el incremento de la exportación.

Promarca destaca que la innovación hace crecer a las categorías de productos 4 veces más que cuando hay poca innovación. A medio/largo plazo, esto tiene un gran impacto en la creación de empleo y en el mantenimiento de nuestra sociedad de bienestar social.

Por su parte, Jaime Rodríguez, presidente de Euromadi Ibérica, ha puesto el acento en la necesidad de conectar objetivos entre fabricantes y distribuidores. "Los fabricantes deben lanzar productos que realmente aporten valor al mercado, que habitualmente implican una mayor inversión pero no son una copia o evolución de otros productos ya existentes. Si es así, la distribución también debe hacer un esfuerzo para potenciar esos productos en los establecimientos incrementando su referenciación, ya que será imprescindible para generar crecimiento en los mercados maduros", según ha destacado Rodríguez.

Grupo Euromadi está reforzando su apuesta por la innovación a través de Producto del Año con 3.000 expositores en el punto de venta, más de 200.000 stoppers y 13 millones de folletos informativos para los consumidores, en los que se destacan los lanzamientos –en todas las categorías- que han sido considerados realmente una innovación.

El Grupo Euromadi central de compras y servicios multisectorial, cuenta con 145 empresas asociadas en las que trabajan más de 85.000 personas en más de 13.300 puntos de venta y establecimientos Cash & Carry. El Grupo Euromadi es miembro de la central europea European Marketing Distribution (EMD), la mayor eurocentral de productos de gran consumo de Europa y líder en distribución, presente en 19 países.





La innovación, principal motor de crecimiento del sector de gran consumo

Lunes 18-7-2016

La central de compras Euromadi y Producto del Año, empresa promotora del Gran Premio a la Innovación, han organizado un encuentro con destacados fabricantes y miembros de la distribución para debatir sobre la importancia de la innovación como principal motor para crecer y generar valor en el sector del gran consumo.



La jornada ha girado en torno a la **innovación**, **nuevas oportunidades y puntos de mejora para trabajar conjuntamente** los principales actores del sector y contribuir a
revalorizar los mercados.

Durante la sesión se ha tratado el papel de la innovación entendida como la creación de productos "verdaderamente relevantes" para el consumidor por su carácter único y beneficios aportados; la necesidad de apoyar la innovación con campañas de difusión 360° - con un enfoque omnicanal-; se han analizado las principales claves del éxito o fracaso de un lanzamiento; cómo influye la innovación de las grandes marcas en el conjunto del sector; o la necesidad de establecer una colaboración efectiva entre fabricantes y distribuidores para apoyar la innovación con acciones concretas y garantizar un mayor crecimiento, entre otros aspectos.

El Foro sobre Innovación en el gran consumo ha contado con la participación de Fabrizio Selva, presidente del Producto del Año, Blanca Gener, directora general del Producto del Año; Jaime Rodríguez, presidente y consejero delegado de Euromadi Ibérica; Antonio Font, director general de Euromadi Ibérica, Ignacio Larracoechea, presidente de Promarca; Mauricio García de Quevedo, director general de FIAB; y César Valencoso, Consumer Insights Consulting Director de Kantar Media. Asimismo, ha congregado a destacados directivos de compañías como Procter & Gamble, Heineken, Mahou-San Miguel, Nestlé, Ordesa y un nutrido grupo de distribuidores de Euromadi.

Desde la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB) se ha destacado la importancia de la colaboración público-privada como un elemento esencial para el desarrollo de programas de I+D+i, mediante el apoyo a la financiación de proyectos, para crear productos de alto valor para el consumo nacional y el incremento de la exportación.

Por su parte, Promarca destaca que la innovación hace crecer a las categorías de productos cuatro veces más que cuando hay poca innovación. A medio/largo plazo, esto tiene un gran impacto en la creación de empleo y en el mantenimiento de nuestra sociedad de bienestar social.

Jaime Rodríguez, presidente de Euromadi Ibérica, ha puesto el acento en la necesidad de conectar objetivos entre fabricantes y distribuidores. "Los fabricantes deben lanzar productos que realmente aporten valor al mercado, que habitualmente implican una mayor inversión pero no son una copia o evolución de otros productos ya existentes. Si es así, la distribución también debe hacer un esfuerzo para potenciar esos productos en los establecimientos incrementando su referenciación, ya que será imprescindible para generar crecimiento en los mercados maduros", ha destacado Rodríguez.





Gran Premio a la Innovación

Un año más se abre el plazo para participar en el Gran Premio a la Innovación para la elección de El Producto del Año, un certamen en el que los consumidores eligen a los productos más innovadores del año. El plazo de inscripción de candidaturas estará abierto hasta el próximo 30 de junio.

El objetivo de "El Producto del Año" es impulsar la innovación en el sector del gran consumo y acercar los productos más novedosos e innovadores a los consumidores.

El certamen fue creado en Francia en 1987 por Christian Le Bret, con el objetivo de ofrecer al consumidor la oportunidad de ser el auténtico protagonista a la hora de elegir "Los Productos del Año".

España, de la mano de Fabrizio Selva, fue el primer país fuera de Francia que acogió el certamen, hace ya quince años. El certamen está presente actualmente en más de 30 países en todo el mundo.

"El Producto del Año" es el único certamen de innovación donde los consumidores eligen anualmente las

mejores innovaciones del mercado y otorgan el galardón y distintivo "Elegido Producto del Año". Para ello, la consultora IRI realiza una encuesta online mediante la cual se obtiene la opinión de 10.000 personas representativas de la población española entre 18 y 65 años a los que se suman los resultados de los test de producto que realiza la misma empresa a 100 personas por producto.

Durante la encuesta online, los consumidores responden a 2 cuestiones: cuál consideran el producto más innovador de la categoría y qué grado de intención de compra tienen para cada producto participante. Por otra parte, en el test de producto se pregunta sobre el sabor, textura, perfume, eficacia, relación calidad-precio, envase, valoración global del producto...



Cada categoría cuenta con un mínimo de 2 productos nuevos y un máximo de 8. En cada una de las categorías, el producto que recibe mayor puntuación es el "Elegido Producto del Año" y tiene el derecho a utilizar, durante un año y en toda su comunicación, el logotipo que lo acredita como tal.

El Comité Deontológico es una agrupación de especialistas en marketing e innovación que provienen del ámbito académico y que no están vinculados con ninguna marca.

La función del Comité Deontológico es agrupar los productos presentados en categorías homogéneas, velar por el cumplimiento del reglamento del certamen y solucionar cualquier incidencia que pueda surgir en el

transcurso del mismo.





Alimentación 04/05/2016 Revista ARAL

Se abre el plazo de inscripción de candidaturas de la 17ª edición de "El Producto del Año"



El producto mejor valorado en cada una de las categorías se convertirá en el ganador y disfrutará del derecho de uso del concepto y logotipo Elegido Producto del Año 2017 en toda su comunicación durante 1 año. El **Gran Premio a la Innovación**: la elección por los consumidores de **El Producto del Año**, ha iniciado el plazo de inscripción de candidaturas para su 17ª edición. En esta ocasión podrán participar los productos que hayan sido lanzados al mercado español entre el 1 de enero de 2015 y el próximo 30 de septiembre de 2016.

Los productos candidatos, una vez validados por el comité deontológico del certamen, se someterán al jurado más estricto, el consumidor. Con una metodología rígurosa y sólida basada en un test de concepto a 10.000 consumidores representativos de la población española más un test de producto a 100 personas del target, El Producto del Año se constituye como un auténtico referente y garantía de calidad para los consumidores. Con esta metodología, el elector

tiene todos los datos necesarios sobre el producto como si estuviera frente a una decisión de compra real.

Los **atributos** que **se valoran en el test de concepto** son grado de innovación y de intención de compra, mientras que en el test de producto se analizan aspectos intrínsecos a cada una de las novedades como sabor, perfume, textura, eficacia, practicidad, envase, relación calidad------

Los **atributos** que **se valoran en el test de concepto** son grado de innovación y de intención de compra, mientras que en el test de producto se analizan aspectos intrínsecos a cada una de las novedades como sabor, perfume, textura, eficacia, practicidad, envase, relación calidad-precio...

El producto mejor valorado en cada una de las categorías se convertirá en el **ganador y** disfrutará del derecho de uso del concepto y logotipo Elegido Producto del Año 2017 en toda su comunicación durante 1 año. Una herramienta de suma utilidad, basada en la recomendación de 10.000 consumidores y que aporta confianza y garantía de calidad al producto que la ostenta. Asimismo, los ganadores se beneficiarán de las propuestas exclusivas de los partners del certamen como Euromadi, Kuvut, Hola, Valassis o Directia entre otros. El plazo de inscripción de candidaturas estará abierto hasta el próximo 30 de junio.

3 Mayo 2016



General Redacción | 03.05.2016

Para productos lanzados entre enero de 2015 y septiembre de 2016

El Producto del Año busca ya candidatos para su 17ª edición

El plazo de inscripción estará abierto hasta el próximo 30 de junio. El consumidor, una vez más, hará de gran jurado.



El Producto del Año acaba de iniciar el plazo de inscripción de candidaturas para su 17ª edición. En esta ocasión, podrán participar los productos que hayan sido lanzados al mercado español entre el 1 de enero de 2015 y el próximo 30 de septiembre de 2016.

Los productos candidatos, una vez validados por el comité deontológico del certamen, se someterán al jurado más estricto: el consumidor. Con una metodología rigurosa y sólida basada en un test de concepto a 10.000 consumidores representativos de la

población española más un test de producto a 100 personas del target. El Producto del Año se constituye como el gran premio a la innovación en el gran consumo de nuestro país.

Los atributos que se valoran en el test de concepto son el **grado de innovación y** de **intención de compra**, mientras que en el test de producto se analizan aspectos intrínsecos a cada una de las novedades como sabor, perfume, textura, eficacia, practicidad, envase, relación calidad-precio, etc.

El producto mejor valorado en cada una de las categorías se convertirá en el ganador y disfrutará del derecho de uso del concepto y logotipo Elegido Producto del Año 2017 en toda su comunicación durante un año. Asimismo, los ganadores se beneficiarán de las propuestas exclusivas de los partners del certamen como Euromadi, Kuvut, Hola, Valassis o Directia, entre otros.

El plazo de inscripción de candidaturas estará abierto hasta el próximo 30 de junio.

NOTICIA RELACIONADA:

¿Recuerdas los Productos del Año 2016?