

Gran Premio a la Innovación 2019

**THE BRAND
OF INNOVATIVE
BRANDS**

Dossier de prensa



Gran Premio a la Innovación

La elección de El Producto del Año

El “Producto del Año” es el único certamen donde se eligen, mediante el **voto directo de más de 10.000 consumidores**, los productos más innovadores del año. Se trata del mayor estudio a consumidores sobre innovación que se realiza cada año.

Los ganadores se dan a conocer en la **Gala de Entrega de Galardones Gran Premio a la Innovación**. Se trata de una competición abierta a la innovación donde puede participar cualquier producto de gran consumo de ámbito nacional referenciado en hipermercados, supermercados, farmacia, establecimientos especializados y/o grandes superficies.

En esta decimonovena edición han participado **innovaciones lanzadas al mercado entre el 1 de enero de 2017 y el 31 de octubre de 2018**, tanto de alimentación, como de higiene y cosmética, droguería, parafarmacia, electrodomésticos, hogar y bazar.

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.



Gran Premio a la Innovación

Historia

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, al ser un reconocimiento 100% independiente.

España, de la mano de Fabrizio Selva, fue el primer país fuera de Francia que acogió el certamen, hace ya diecinueve años. El certamen está presente actualmente en más de 40 países en todo el mundo.

En total la opinión de más de 4.5 billones de consumidores en todo el mundo queda representada en la elección de Los Productos del Año a nivel internacional.

En la historia del certamen en España han participado empresas de reconocido prestigio nacional y multinacionales como Danone, Unilever, L'Oréal, BDF Nivea, Nestlé, Kellogg's, Mantequerías Arias, Wilkinson, Procter & Gamble, Gallina Blanca, Reckitt Benckiser, Campofrío, Haribo, Philips, Akzo Nobel Coatings, Angulas Aguinaga, Coca-Cola España, 3M, Galletas Gullón, McCain España, Grupo Seb, SSL Healthcare, Persán, AC Marca, Salica, Puleva, Henkel Ibérica, Bientury, Industrias Rodríguez, Kaiku, Mars España, Argal, Damm, KH Lloreda, Coty Astor, Rana Hispania, Maheso, Affinity Petcare, Europastry, Alimentación Varma, Taurus, Findus, Nutrexp, Schweppes, Lab.Byly, Vileda, Bonduelle, Bimbo, Importaco, Pfizer Consumer Healthcare, Cederroth Ibérica, Grupo Pepsico, Industrias Cárnicas Zurita, Solan de Cabras, Prolimsa, Juver, Verdu Canto Saffron Spain, Arla Foods, Cárnicas Serrano, La Bella Easo, Müller, Johnson's Wax, Lacasa, Panrico, San Miguel, Johnson & Johnson, Sara Lee/D.E. España, Central Lechera Asturiana, Solac, J.García Carrión, Comercial Gallo, Storck Ibérica, Lactalis, Lab.Phergal, Arbora Ausonia, Granini, Dhul, Lo Monaco, Dulcesol, Titanlux, Uriach, Whirlpool...,entre muchos otros.

La mayor encuesta sobre innovación en gran consumo

Los consumidores eligen

“El Producto del Año” es el único certamen donde los **consumidores eligen anualmente las mejores innovaciones del mercado** y otorgan el galardón y distintivo “Elegido Producto del Año”. Todo el proceso se realiza de forma rigurosa e imparcial. 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 65 años pertenecientes al panel de consumidores de Netquest a lo que se suman los resultados de los **test de producto** a 100 personas por producto.

Durante la encuesta online, los consumidores responden a 2 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, intención de compra posterior a la prueba y áreas de mejora 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 Comité Deontológico

Previamente a la votación de los consumidores, los productos candidatos de cada edición deben pasar el filtro del Comité del certamen.

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.

El Comité Deontológico de la decimonovena edición está formado por:

- **D. Borja Martín – Presidente**

(Profesor de Conducta del Consumidor, Consumer Insights y Sistemas de Información en Marketing en Esade. Socio y Director General de Salvetti & Llobart)

- **D. David Riu – Vocal**

(Director del Departamento de Empresa y Tecnología y del Innova Institute en La Salle Campus Barcelona)

- **D. Andrés Núñez – Vocal**

(Director Programa Retail de ESIC Barcelona y Consultor en Retail)

- **D. Ramón Montanera – Vocal**

(Profesor asociado de la Universitat de Barcelona (Departamento de Empresa). Profesor colaborador de la UOC (Estudis d’Economia i Empresa). Market Intelligence Director en Elogia)



De izquierda a derecha: Andrés Núñez, Ramón Montanera, Borja Martín y David Riu

Ganadores de la decimonovena edición

Los 47 candidatos que finalmente resultaron “Elegidos Productos del Año 2019” tras la votación de 10.004 consumidores son:

Categoría	Nombre Producto	Nombre Empresa
Yogures	Oikos Summer Orange y Oikos Fresa-Coco	Danone
Postres	Dalky con Yogur de La Lechera	Lactalis-Nestlé
Platos Veggie	Veggi-burgers DiqueSi “Hamburguesas Vegetales”	Vegetales Linea Verde Navarra S.A.
Conservas	SÚPER NATURAL ISABEL	Grupo Conservas Garavilla
Untables	ATÚN CON MAYONESA ISABEL	Grupo Conservas Garavilla
Confitería	Damel Sin Azúcar	Damel Group
Bebidas sin Alcohol	GINSIN Premium	Industrias Espadafor
Ginebras	Tanqueray Flor de Sevilla	DIAGEO ESPAÑA, S.A.U
Complementos Alimenticios para Articulaciones y Huesos	MERITENE MOBILIS	NESTLE HEALTH SCIENCE
Bebidas Vegetales	Bebidas vegetales SANTAL	Lactalis Puleva
Helados	Frascos de Farggi	Farggi Menorquina
Platos congelados	Gama Croquetas <i>EXPERIENCE</i>	Grupo Maheso
Frutos Secos	Frutos Secos Tostados Sin Sal Añadida	Frit Ravich
Complementos Alimenticios para el Sistema Inmunitario	Juanola Jalea Real Niños Vitalidad y Defensas	Angelini Farmacéutica
Salsas	Orlando Tomate Frito Receta Artesana	Kraft Heinz España
Cremas	Cremas refrigeradas Knorr	Unilever España, S.A.
Embutidos	CHORIZO CON QUINOA ORTIZ	EMBUTIDOS DOMINGO ORTIZ MORENO, S.L.
Yogures 0%	LIGHT & FREE	Danone
Multivitamínicos	MULTICENTRUM PLUS GINSENG & GINKGO	Pfizer Consumer Healthcare
Leches infantiles	Almiron Profutura	Danone Early Life Nutrition

Productos para el control del colesterol	Aquilea Colesterol	Uriach
Cervezas Artesanales	Zurito	Elkano Consulting
Snacking dulce	CUBITS EL ALMENDRO	Delaviuda Confectionery Group
Cervezas de Especialidad	Manila de San Miguel	Mahou San Miguel
Dentífricos	Oral – B Encías & Esmalte Repair	Procter & Gamble
Tratamientos Antipiojos	OTC antipiojos Fórmula TOTAL	Laboratorios Ferrer
Afeitado	BIC® Flex 5 TM	BIC Iberia
Accesorios para la higiene bucal	GUM SOFT-PICKS ADVANCED	SUNSTAR IBERIA
Tratamiento para las canas	Control GX. Just for Men.	Combe
Higiene íntima femenina	Evax Salvaslip Normal	Procter & Gamble
Incontinencia	Ausonia Discreet Boutique	Procter & Gamble
Cuidado Intimo femenino	MELAGYN HIDRATANTE VULVAR	KERN PHARMA - LINEA GYNEA
Champús	NIVEA Champú Micelar	Beiersdorf S.A
Peluquería profesional	SAVE MY HAIR	MONTIBELLO
Colchones	Aire Premium de Lattoflex	GRUPO PIKOLIN
Productos para la Alergia	FLONASE	GSK GlaxoSmithKline S.A.
Óptica	LENTE PROGRESIVAS VARILUX X SERIES	ESSILOR S.A.
Insecticidas	Raid Eucalipto	SC Johnson
Bricolaje	Loctite Kintsuglue	Henkel Ibérica
Menaje	"Aroma" de Tefal	Groupe SEB
PAE Cocina	"Freshboost" de Moulinex	Groupe SEB
PAE Hogar	"Ixeo" de Rowenta	Groupe SEB
Parches Terapéuticos	THERMACARE	Pfizer Consumer Healthcare
Limpieza Baño	Pato WC Extra Power con Lejía	SC Johnson
Microondas	Microondas "Free Space"	Whirlpool Electrodomésticos S.A.
Lavavajillas	Lavavajillas "Power Clean"	Whirlpool Electrodomésticos S.A.
Sistemas de Cocción	Hornos "Absolute"	Whirlpool Electrodomésticos S.A.

Ceremonia de entrega de galardones

Los ganadores recibieron su premio en el transcurso de la gala “Gran Premio a la Innovación” que tuvo lugar el 18 de Diciembre en el Hotel Majestic de Barcelona.

A este evento asistieron unas 300 personas representantes de las empresas premiadas, participantes y destacados cargos del mundo empresarial, del marketing y la comunicación.

Un logotipo conocido y reconocido

Tras 19 años en España, el logotipo de El Producto del Año se ha convertido en todo un referente en el sector del gran consumo.

Así lo indica el estudio realizado por TNS* en octubre de 2015 según el cual el 60.2% de la población conoce el logo de El Producto del Año. Este dato alcanza el 66.5% entre las mujeres y además las perspectivas de futuro son muy buenas dado que los datos de notoriedad entre los individuos de 18 a 24 años es de un 79.3%.

El estudio señala además que el 65.4% de los encuestados considera el logotipo un sello de garantía de calidad, para el 63.4% le otorga confianza a la hora de adquirir el producto en el mercado y finalmente, para el 61.6% ayuda a identificar la innovación.

El 84% de los consumidores compraría antes un producto con el logo “Producto del Año” que con otros identificadores como “nuevo” o “innovación”.

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 62.6% de los encuestados reconoce que le gusta probar nuevos productos, un dato que alcanza el 68.7% en el caso de las mujeres y el 70.4% en los individuos entre 18 y 24 años. El 51.1% de los consumidores está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae.** Si bien es cierto que el 43.3% indica que ahora compra más productos según el precio y se fija menos en si son innovadores y el 39% cree que la calidad de los productos de marca blanca es similar a los productos de marca fabricante.

La recomendación (37.5%) es el tercer motivo para comprar un nuevo producto detrás de haberlo visto anunciado (43.5%) y de que satisfaga una nueva necesidad (43.3%).

La innovación como motivo de compra***

La innovación despierta curiosidad en la mayor parte de los consumidores, incluso para algunos genera una mayor satisfacción en la compra.

Actualmente sólo 2 de cada 10 consumidores busca proactivamente las innovaciones pero al 50% les gusta probarlas cuando las encuentra en el punto de venta. Una tarea que no siempre le resulta sencilla y para lo que considera que ayuda la entrega de muestras gratuitas o estar expuesto en un lugar estratégico.

Estos datos revelan la importancia de que las marcas apuesten por productos de innovación diferencial y que se destaquen en el punto de venta para despertar el interés de los consumidores.

* Encuesta online realizada por TNS a 10.058 individuos representativos de la población española en Octubre 2015.

**Encuesta online realizada por Netquest a 10.004 individuos representativos de la población española en Octubre de 2018.

*** Estudio realizado por Salvetti Llobart a 600 individuos en Octubre 2018

Atención a los medios de comunicación:

Ana Banquer

Directora Comercial y de Comunicación

ana@sottotempo.com

Tel: 93 205 85 80

Móvil: 652 68 58 67

www.granpremioalainnovacion.com