

Gran Premio a la Innovación

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 vigésimo tercera edición han participado **innovaciones lanzadas al mercado entre el 1 de enero de 2021 y el 31 de octubre de 2022**, tanto de alimentación, como de higiene y cosmética, salud, 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 veintitres años. El certamen está presente actualmente en más de más de 30 países de los 5 continentes.

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 cada edición.

En la historia del certamen en España han participado empresas de reconocido prestigio nacional y multinacionales como Danone, Unilever, L’Oréal, Nivea, Nestlé, Kellogg’s, Mantequerías Arias, Wilkinson, Procter & Gamble, Gallina Blanca, RB, 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, Mars España, Argal, Damm, KH Lloreda, Coty Astor, Rana Hispania, Maheso, Affinity Petcare, Europastry, Alimentación Varma, Taurus, Findus, Schweppes, Lab.Byly, Vileda, Bonduelle, Bimbo, Font Vella, Importaco, Pfizer Consumer Healthcare, Grupo Pepsico, Teka, Solan de Cabras, Juver, Verdu Canto Saffron Spain, Arla Foods, Cárnicas Serrano, Andros, SCJohnson Lacasa, Mahou San Miguel, Johnson & Johnson, Pascual, Central Lechera Asturiana, Solac, J.García Carrión, Comercial Gallo, Storck Ibérica, Lactalis, Lab.Phergal, Flex, Granini, Lo Monaco, Dulcesol, Titanlux, Uriach, Whirlpool...,entre muchos otros.

La mayor encuesta sobre innovación en 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 candidato realizado por Samplia.

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, practicidad, diseño... 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 vigésimotercera edición está formado por:



Borja Martín

Profesor de Customer Intelligence & Consumer Insights en Esade,
Business Unit Director en Kale

PRESIDENTE



David Riu

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

VOCAL



Ramon Montanera

Profesor de Market Research en UB, UOC, ESIC y Techma
Data Strategy Director en Elogia

VOCAL



Andrés Núñez

Consultor de Retail & CPG y director del Programa Superior de Retail Marketing de ESIC Barcelona

VOCAL



Alba Campos

Directora General de Techma Business School

VOCAL

Ganadores de la 23ª edición

Los 39 candidatos que finalmente resultaron “Elegidos Productos del Año 2023” tras la votación de 10.005 consumidores son:

CATEGORÍA	PRODUCTO	EMPRESA
Turrones	Turrón de Jijona -39% Azúcar El Lobo y Turrón de Alicante -37% Azúcar El Lobo	Almendra y Miel SA
Licores	LICOR 43 CHOCOLATE	Zamora Company
Bebidas Vegetales	ALPRO BARISTA	DANONE, S.A.
Postres Proteicos	YOPRO PUDDING	DANONE, S.A.
Yogures	DANONE SKYR + PROTEÍNA	DANONE, S.A.
Ensaladas Preparadas	Ensalada Mezclum con guistantes Mimaflor	Primaflor
Postres Vegetales	Postres y Yogures Vegetales Andros Gourmand&Vegetal	Grupo Andros
Salchichas Vegetales	BETTER BALANCE SALCHICHAS VEGANAS FRANKFURT	BETTER BALANCE
Snacks Proteicos	Corny Protein Chocolate y Corny Protein Mango	Hero España
Cuidado Facial	OLAY VITAMIN C + AHA 24	PROCTER & GAMBLE ESPAÑA
Óptica	Shamir Glacier Expression™	Shamir Optical España
Higiene Personal	PROBIOCARE “Cuidado Personal con Probióticos”	LINASA
Cuidado de la Ropa	Detergente en Tiras Natulim	Natulim
Limpieza del Hogar	CONCENTRALIA®	SALLÓ®
Papel de Cocina	Papel Multiusos Regina Power	Sofidel Spain
Limpieza de la Vajilla	PROBIOMAX “Lavavajillas a Mano con Probióticos”	Linasa
Complementos Alimenticios para el Sueño	Arkosueño Dormigummies	Laboratorios Arkopharma

Complementos Alimenticios para el Bienestar Digestivo	AQUILEA QBIOTICS BIENESTAR EMOCIONAL	Uriach
Productos Naturales a base de CBD	WEBOTANIX	WEBOTANIX
Higiene Íntima	enna hygiene&go spray	ecareyou innovation SL
Complementos Alimenticios Infantiles	PHARMACHUPS	LABORATORIOS VIÑAS
Complementos Alimenticios para la Menopausia	AQUILEA QBIOTICS MENOPAUSIA	Uriach
Purificadores de Aire	Purificador de aire MC30Y	Daikin AC Spain
Placas de Inducción	MasterSense Air	TEKA
Frigoríficos	Beko - Frigorífico Harvestfresh	Beko España
Barbacoas	Gourmet BBQ	TEKA
Vinotecas	Vinotecas Sommelier	TEKA
Lavadoras	Gama de Lavadoras FreshCare+ clase A	Whirlpool España
Hornos	Grundig - Horno HotAero Pro	Grundig España
Lavavajillas	Beko - Lavavajillas CornerIntese	Beko España
Aspiradores	dyson V15 detect absolute	dyson
Grifería	GRIFO DE AGUA FILTRADA VITAL	Franke Home Solutions
Soluciones de Fijación	3M Claw	3M
Colchones	Colchón Emma Hybrid Premium +	Emma – The Sleep Company
Almohadas	Almohada Viscoelástica Premium	Emma – The Sleep Company
Bases de Cama	CANAPÉ ABATIBLE FIX	MAXCOLCHON
Sistemas de Seguridad	Nueva alarma con tecnología PreSense™	Securitas Direct
Neumáticos	ContiRe.Tex	CONTINENTAL TIRES ESPAÑA
App's de Cocina	Cookidoo®	Vorwerk España

Ceremonia de Entrega de Premios

Los ganadores recibieron su premio en el transcurso de la gala “Gran Premio a la Innovación” que tuvo lugar el 14 de Diciembre en la Torre Glòries de Barcelona.

A este evento asistieron más de 250 personas representantes de las empresas premiadas, participantes y destacados cargos del mundo empresarial, del marketing y la comunicación.

Un logotipo conocido y reconocido

Tras 22 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 75,6%** de los consumidores compraría un nuevo producto con el logo Producto del Año.

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 55,1% de los encuestados reconoce que le gusta probar nuevos productos, un dato que alcanza el 60,9% en el caso de las mujeres y el 63,2% en los individuos entre 25 y 34 años. El 43,6% de los consumidores está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae.** Si bien es cierto que el 43,1% cree que la calidad de los productos de marca blanca es similar a los productos de marca fabricante.

El 59,4% de los encuestados declara que la opinión de otras personas como ellos influye en su decisión de compra. De hecho la recomendación es el 4º motivo de compra de nuevos productos.

Además estamos frente una sociedad cada vez más concienciada sobre el consumo. En este sentido el **34,9% prefiere comprar productos de empresas pequeñas** en lugar de los de multinacionales. El **50,2% se fija en el origen del producto** a la hora de comprar y el **20.5% declara comprar habitualmente productos cruelty free.**

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

**Encuesta online realizada por Netquest a 10.005 individuos representativos de la población española en Octubre de 2022.

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