



Nota de prensa

Barcelona, 15 de diciembre de 2011

10.000 personas han elegido Los Productos del Año 2012

- *41 productos han sido galardonados por su innovación en diferentes categorías de alimentación, higiene, cosmética, droguería, pequeños electrodomésticos y productos para el hogar*
- *El estudio también indica una mejora en la apuesta por la innovación por parte de los consumidores frente a la marca blanca*

L'Auditori de Barcelona acogió anoche la 12ª Entrega de Galardones del Gran Premio a la Innovación en la que se dieron a conocer los 41 Productos del Año 2012. Al acto, presentado por el periodista Ramón Pellicer, acudieron más de 450 invitados entre los que se encontraban los máximos representantes de las empresas premiadas, destacadas personalidades del mundo empresarial, del marketing

Durante el transcurso de la gala se fueron conociendo los productos que, a juicio de 10.000 personas consultadas por la multinacional líder en investigación de mercados TNS durante los meses de Septiembre y Octubre, han destacado especialmente por su carácter innovador en cada una de las categorías. En total 41 productos de los sectores de Alimentación, Higiene-Cosmética, Droguería, Hogar y Pequeños Electrodomésticos fueron declarados Producto del Año 2012.

Los representantes de las empresas premiadas destacaron el valor de que sea un número tan importante de personas reales quienes otorguen este galardón y den su opinión sobre los productos. No en vano, se trata de la mayor encuesta sobre innovación en productos de consumo que se realiza en España, tanto por el número de productos participantes como por el número de personas consultadas. En total se ha encuestado vía on-line a 10.000 individuos representativos de la población española mayor de edad y además se ha realizado una prueba de producto a 100 personas por participante.

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 32 países en todo el mundo. Ésta es la 12ª edición en España.

Los **ganadores son productos lanzados entre el 1 de mayo de 2010 y el 30 de septiembre de 2011** que aportan novedades y mejoras al mercado ya sea en su composición, envase, funciones...

Los productos galardonados en esta edición son:

| CATEGORÍA | PRODUCTO | EMPRESA |
|-----------------------|------------------------------|------------------------|
| Cereales | Special K Sensations | Kellogg's |
| Cervezas | San Miguel Abrefácil | Grupo Mahou-San Miguel |
| Infusiones | Tés Lipton Línea | Unilever España, S.A. |
| Preparados de Pescado | Mejillón de Angulas Aguinaga | Angulas Aguinaga |



| | | |
|-------------------------------|--|---------------------------|
| Bollería | Buenos Días de Donuts | Panrico |
| Frutos Secos | MisterCorn Sabores del Mundo | Grefusa |
| Leches | Jalea Vital | Central Lechera Asturiana |
| Mermeladas | Mermeladas de Temporada Hero | Hero España |
| Quesos | Président Queso Cocina | Grupo Lactalis Iberia |
| Galletas | Belvita de Fontaneda | Kraft Foods |
| Confitería | Smint 2 in 1 | Chupa Chups |
| Embutidos | Cañitas de Fuet d'Olot y Cañitas de Chorizo España | Esteban España |
| Yogures | Envase redondo Danone | Danone |
| Helados | Kalise Adiction 3 Chocolates | Grupo Kalise Menorquina |
| Complementos Alimenticios | Cuerpo 10 Dieta 10 | Grupo Viveplus |
| Congelados | Gama Empanados Microondas + Grill Fripozo | Fripozo |
| Snacks Saludables | Gama Funcional Snatt's | Grefusa |
| Higiene y Cuidado Capilar | Elvive Hidra-Colágeno | L'Oréal Paris |
| Higiene y Cuidado Corporal | La Toja Nutri Spa | Schwarzkopf & Henkel |
| Higiene Íntima | Ausonia Sensitive | Arbora & Ausonia |
| Cremas Faciales | Olay Total Effects Crema Activadora de Día | Procter & Gamble |
| Pañales | Huggies Newborn | Kimberly Clark |
| Fijación | Ceras Fijadoras Nelly | Laboratorios Belloch |
| Incontinencia | Indasec Compresas para pérdidas leves | Laboratorios Indas |
| Serums Faciales | Código Juventud Suero Extraordinario | L'Oréal Paris |
| Lociones Corporales | Loción Piernas Cansadas de Natural Honey | The Colomer Group |
| Coloración Capilar | Sublime Mousse | L'Oréal Paris |
| Peluquería Profesional | Uniq One | The Colomer Group |
| Peq. Electr. Cuidado Personal | Rowenta Aquaperfect | Grupo Seb |
| Maquillaje | Maquillaje Serum Alisante con 4 Extractos de Rosa | Yves Rocher |
| Detergentes | WiPP Express Blanco Total | Henkel Ibérica |
| Suavizantes | Mimosin Creaciones | Unilever España, S.A. |
| Papel Higiénico | Colhogar Aquatube | Georgia Pacific |
| Limpieza del Hogar | Tenn Brillante Maderas | Henkel Ibérica |
| Ambientadores | Brise® Discreet™ | Johnson's Wax Española |
| Packs de Experiencias | Smartbox | Smartbox |
| Colchones | Flex Wellness BioCeramics® | Flex Equipos de Descanso |
| Almohadas | Almohada Suprelle® Memory | Mash |
| Peq. Electr. Cocina | Envasadora al vacío Foodsaver | Jarden Consumer Solutions |
| Menaje | Sartén Tefal Sensorielle | Grupo Seb |
| Peq. Electr. Hogar | iRobot Roomba 770 | iRobot Corporation |

Los 41 productos premiados se identificarán durante todo el año 2012 con el logotipo Elegido Producto del Año.



Un logotipo conocido y reconocido

Tras 12 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 reciente estudio realizado por TNS, según el cual el 64.2% de los responsables de la compra del hogar conocen el logo de El Producto del Año y el 72% lo considera una sello de garantía de calidad.

Además las perspectivas de futuro son muy buenas dado que los datos de notoriedad entre los individuos de 18 a 24 años alcanzan ya el 76.6%.

La innovación recupera terreno frente a la marca blanca

El estudio encargado por la organización del certamen destaca un cambio de tendencia en las preferencias de los consumidores. Si bien durante el año pasado el precio era el principal factor a tener en cuenta durante la compra, este año el 51.7% de los encuestados declara que estaría dispuesto a pagar más por un nuevo producto, frente al 22.6% del año pasado.

A pesar de este dato, el 41.2% todavía prefiere productos de la marca del establecimiento aunque sean menos innovadores que los de la marca del fabricante porque son más baratos. Este dato se basa en el hecho de que el 50.9% opina que la calidad de los productos de marca blanca es similar a los productos de marca del fabricante.

Sin embargo, el 32.6% estaría dispuesto a pagar más por un producto de marca de fabricante que por otro de marca blanca.

Finalmente al 68.6% de la población le gusta probar nuevos productos, razón por la cual el certamen Producto del Año se mantiene en vigor y se ha convertido en un referente desde hace 12 ediciones.

Más información en: www.granpremioalainnovacion.com

Ficha Técnica del Estudio On-line

Universo: Individuos de 18 a 55 años residentes en España Peninsular y Baleares.

Muestra: 10.000 individuos de 18 a 55 años, representativos del universo descrito

Error máximo asociado: $\pm 1\%$, bajo un intervalo de confianza del 95% y en el supuesto de máxima indeterminación ($p=q=50\%$)

Técnica: Entrevistas on-line llevadas a cabo utilizando la Base de Sondeos Acces Panel On-line de TNS

Trabajo de Campo: Del 29 de septiembre a 14 de Octubre de 2011

Atención a los Medios de Comunicación:

Ana Banquer

Tel: 93 205 85 80

Móvil: 652 68 58 67

Mail: ana@sottotempo.com