



NORMAS DE USO DEL LOGOTIPO 2014





01

DESCUBRE LA
MAGIA DE INNOVAR





EL PRODUCTO DEL AÑO. DESCUBRE LA MAGIA DE INNOVAR

La importancia del consumidor

El Producto del Año llegó hace 14 años a España con el objetivo de ofrecer al consumidor la oportunidad de dar su opinión sobre los nuevos productos de gran consumo. Más de 10.000 consumidores han sido encuestados por IRI en esta edición para premiar a los productos más innovadores del año.

Proyección Internacional

El certamen nació en Francia hace 27 años y actualmente está presente en más de 30 países en todo el mundo.



Valor del Logotipo

Como ganador de esta edición tienes derecho de uso durante un año del logotipo de **El Producto del Año**



NOTORIEDAD DEL LOGO



¿QUÉ SUGIERE?



* TNS Access Panel Online – Septiembre 2011

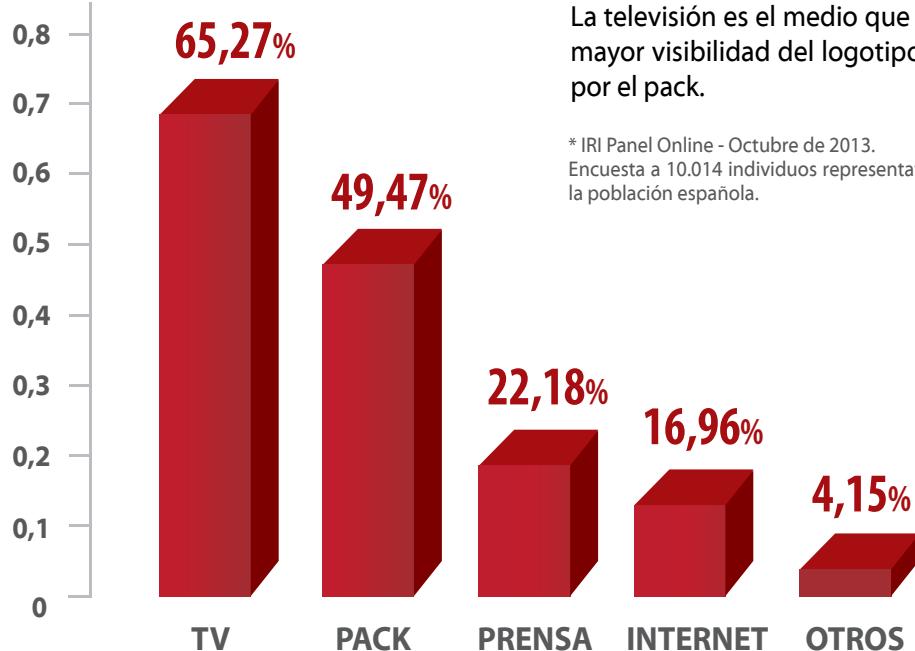
** IRI Panel Online - Octubre de 2013.

Encuesta a 10.014 individuos representativos de la población española.



¿DÓNDE HA VISTO EL LOGOTIPO?

Valor del Logotipo



La televisión es el medio que logra una mayor visibilidad del logotipo, seguido por el pack.

* IRI Panel Online - Octubre de 2013.
Encuesta a 10.014 individuos representativos de la población española.

¿POR QUÉ MOTIVO COMPRA NUEVOS PRODUCTOS?

Valor del Logotipo



Los motivos que conducen a la compra de **nuevos productos** son:

* IRI Panel Online - Octubre de 2013.
Encuesta a 10.014 individuos representativos de la población española.



02

NORMAS DE USO DEL LOGOTIPO



NORMAS DE USO DEL LOGOTIPO 2014



NORMATIVA

El logotipo



¡IMPORTANTE!

El logotipo de **El Producto del Año** es único y no debe ser modificado bajo ningún concepto. Las normas contenidas en este manual deben seguirse estrictamente para mantener la identidad del mismo

Proporciones



Colores

PANTONE 032C

Pantone

C:0 M:90 Y:90 K:0

Cuatricromía

R:239 G:65 B:53

RGB



**Aplicación en
negativo**

Si el logotipo se usa sobre fondo rojo...
se puede incluir un pequeño borde blanco alrededor



NORMAS DE USO DEL LOGOTIPO 2014



USOS NO PERMITIDOS

Cambio de color



Cambio de tipografía

ELEGIDO PRODUCTO DEL AÑO
GRAN PREMIO A LA INNOVACIÓN 2014

ELEGIDO PRODUCTO DEL AÑO
GRAN PREMIO A LA INNOVACIÓN 2014

ELEGIDO PRODUCTO DEL AÑO
GRAN PREMIO A LA INNOVACIÓN 2014

A large red diagonal slash is overlaid across the three lines of text, indicating that using a different font style is not permitted.



Cambio de
proporciones



Utilización de
partes del logo
por separado



NORMAS DE USO DEL LOGOTIPO 2014



OTROS USOS NO PERMITIDOS

Poner el logotipo
en negativo



Borde de color
distinto al blanco





USO DEL LOGOTIPO

El logotipo debe de ir **siempre** acompañado de la fuente metodología del estudio. Esta fuente sí puede ser modificarla en tipografía, color y ubicación para adaptarla a la creatividad



Entra en el sorteo de
10 fantásticos iPad 2 por la compra
de uno de estos productos



Brise® Discreet™
Aparato



Brise® Sense & Spray™
Collection Aparato
Brise® Discreet™
Decor Aparato
Brise® Sense & Spray™
Aparato

Brise® Discreet™ elegido producto del año. Estudio realizado por TNS a través de su Access Panel Online en septiembre de 2011 sobre una preselección de productos nuevos de gran consumo a 10.000 individuos representativos de la población española. www.granpremioalainnovacion.com

IRI Panel Online - Octubre de 2013. Encuesta a 10.014
individuos representativos de la población española.

www.granpremioalainnovacion.com

NORMAS DE USO DEL LOGOTIPO 2014



IRI Panel Online - Octubre de 2013. Encuesta a 10.014 individuos representativos de la población española.
www.granpremioalainnovacion.com

Las locuciones

El impacto del logotipo es mayor si se locuta con una de las siguientes menciones:

1. "Elegido Producto del Año"
2. "Elegido Producto del Año 2014"
3. "Producto del Año"
4. "Producto del Año 2014"

**"Elegido Producto
del Año"**

**"Producto del
Año 2014"**

**"Producto
del Año"**

**"Elegido Producto
del Año 2014"**



USOS DEL LOGOTIPO

Cuándo y dónde usarlo

El logotipo puede usarse del **1/01/14** al **31/12/14** en **cualquier herramienta de comunicación** en el **territorio español**



NORMAS DE USO DEL LOGOTIPO 2014



Ferias



Exterior



Cupones





Pack



PLV



Folder



Información de mercado SIN AZUCAR

Los hábitos de consumo han cambiado. Cada día más consumidores buscan alternativas saludables.

Kellogg ha decidido ampliar su gama de helados sin azúcar para satisfacer a los más exigentes, con el que ha obtenido el gran premio a la innovación.

2012 al mejor producto de innovación



El Producto del Año: Una helada perdurable. La mejor innovación en los Productos del Año en el mercado es más superior al resto de helados.



La demanda de compra de productos saludables por el consumidor es superior a los niveles de consumo.

NORMAS DE USO DEL LOGOTIPO 2014



Prensa



TV



Ausonia Sensitive



Puleva Max



TENA Protective Underwear



Repara y Protege de Pantene



Web

Social Media

Mailing

Descubre la magia de innovar

EL PRODUCTO DEL AÑO S.L.
C/Mare de Déu de Núria 8 bajos
08017 Barcelona
Tel. 93 205 85 80
www.granpremioalainnovacion.com
facebook.com/elegidoproductodelano



www.granpremioalainnovacion.com