



Nota de prensa

Barcelona, 18 de diciembre de 2012

Elegidos los 38 Productos del Año 2013 tras un estudio a 10.005 personas

- *La evaluación fue realizada por la consultora SymphonyIRI en el mes de Septiembre mediante un test de concepto a 10.005 personas y un test de producto a 100 personas por producto candidato.*
- *El estudio también indica que al 61% de los consumidores les gusta probar productos nuevos.*

Anoche tuvo lugar en la recién inaugurada Casa del Lector de Madrid la 13ª Entrega de Galardones del Gran Premio a la Innovación. Durante el acto, presentado por el actor Javier Veiga, se dieron a conocer los 38 productos galardonados como Producto del Año 2013.

Tras más de 10 años de celebración en Barcelona, El Producto del Año se ha trasladado en esta ocasión a Madrid para realizar su habitual Ceremonia de Entrega de Premios, que reunió más de 300 invitados entre los que se encontraban los máximos representantes de las empresas premiadas, destacadas personalidades del mundo empresarial, del marketing y la comunicación.

Los galardonados han sido designados tras un exhaustivo estudio realizado en el mes de Septiembre por la consultora SymphonyIRI a 85 nuevos productos lanzados al mercado entre el 1 de mayo de 2011 y el 30 de septiembre de 2012 en los sectores de Alimentación, Higiene-Cosmética, Bazar, Hogar y Pequeños Electrodomésticos.

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 13ª edición en España.

Los representantes de las empresas premiadas destacaron la importancia de que este galardón lo otorguen los propios consumidores. En total se ha encuestado vía on-line a 10.005 individuos representativos de la población española entre 18 y 65 años y además se ha realizado una prueba de producto a 100 personas por participante.

Los productos galardonados en esta edición son:

CATEGORÍA	PRODUCTO	EMPRESA
Preparados de Pescado	Krissia Gama Pintxos: Donostiarra y Marisco	Angulas Aguinaga
Tés	SUSARÓN Instanté	Ángel Camacho Alimentación
Postres	Naturfruit	Expafruit, S.A.
Congelados	Pop Nuggets (Palomitas de pollo crujientes)	Grupo Maheso
Conservas	Pechugas de Pollo en Aceite y Pechugas de Pollo en Escabeche Casa Matachín	Aves Nobles y Derivados
Complementos Alimenticios	Própolis y Jalea Real + Equinácea Vive+	Grupo Viveplus, S.L.
Frutos Secos	Cacahuets Sal y Miel Tostados al Horno de Matutano	PepsiCo Foods A.I.E



Quesos	Burgo de Arias Cuchara	Mantequerías Arias
Alimentos para Bebés	Puleva Peques 3 Crecimiento	Lactalis Puleva
Preparados Lácteos	Puleva Max Energía y Crecimiento	Lactalis Puleva
Batidos	Batidos Puleva Cacao con Cereales y Fresa Plátano	Lactalis Puleva
Confitería	Haribo Celebraciones	Haribo
Edulcorantes	Truvia	A.B. Azucarera Iberia, S.L.U.
Productos para Celíacos	Beiker	Dr. Schär
Yogures	Yolado de Danone	Danone
Higiene Infantil	Bio Baby by Moltex	Valor Brands Europe, S.L.
Higiene Bucal	Sensodyne Repair & Protect	GlaxoSmithKline, Consumer Healthcare
Cuidado Corporal	Dove Nutrición Sensorial Loción Corporal con Manteca de Karité	Unilever
Cuidado Capilar	Gama Repara y Protege de Pantene	Procter & Gamble
Coloración Profesional	Orofluido Colour Elixir	Colomer Beauty and Professional Products
Higiene Íntima	Nueva Evax Cottonlike con Perlas Activas	Arbora & Ausonia
Incontinencia	TENA Protective Underwear	SCA Hygiene Products
Afeitado	SensoTouch 3D	Philips
Coloración	Color Sensation de Garnier	L'Oréal
Depilación	Lumea Precision Plus	Philips
Desodorantes	Rexona Women Ultra Dry con Tecnología Motionsense™	Unilever
Dermocosmética	Sérum Reparador Arrugas Profundas SERUM ⁷ LIFT de Boots Laboratories	Procter & Gamble
Utensilios de Limpieza	Vileda 1-2-Spray	Vileda Ibérica, S.A.S.C.
Pet Food	Whiskas® Simplemente Bueno	Mars España
Packs de Experiencias	Smartbox gama 2013	Smartbox
Primeros Auxilios	DermaActive	Laboratorios HARTMANN
Pinturas	Majestic Resist	Jotun Ibérica
Apósitos	Cosmopor Waterproof	Laboratorios HARTMANN
Adhesivos	Loctite Hybrid Glue	Henkel Ibérica
Colchones	Tripl3 ² Lo Mónaco	Lo Mónaco Hogar
PAE Cocina	Cafetera Espresso Automática Oster Prima Latte	Jarden Consumer Solutions
Robots de Limpieza	Vileda Virobi	Vileda Ibérica, S.A.S.C.
Aspiradores	UltraOne Mini	Electrolux Small Appliances

Los 38 productos premiados se identificarán durante todo el año 2013 con el logotipo Elegido Producto del Año en su comunicación.

La innovación en tiempos de crisis

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 61% de los encuestados reconoce que le gusta probar productos nuevos, y el 53% está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae. Si bien es cierto que el 63% indica que ahora compra más productos según el precio y si fija menos en si son innovadores.

Esto puede deberse a que el 44% considera que los productos nuevos difieren poco de los ya existentes y el 47% cree que la calidad de los productos de marca blanca es similar a los productos de marca de fabricante.



En cualquier caso el 31% de los encuestados se muestra dispuesto a pagar más por un producto de marca de fabricante que por otro de marca blanca. Aunque el 47% reconoce que prefiere productos de marca blanca porque son más baratos.

Por edades, los jóvenes compran ahora más por precio, les gusta probar productos nuevos pero prefieren las marcas blancas. Lo más mayores son los que están más dispuesto a pagar más por un nuevo producto.

En general, la motivación principal por la que tanto hombres como mujeres compran un nuevo producto es porque les satisface una nueva necesidad, aunque las promociones también las tienen en cuenta. Las mujeres, los jóvenes y los consumidores de las áreas Sur, Levante y Noroeste son los que presentan mayor intención de compra de las innovaciones.

Estos datos revelan la importancia de que las marcas apuesten por productos de innovación diferencial que les ayuden a despertar el interés de los consumidores.

Por tanto, la iniciativa de El Producto del Año estimula y reconoce a estas empresas que apuestan por la innovación, también en tiempos de crisis.

Más información en: www.granpremioalainnovacion.com

Ficha Técnica del Estudio On-line

Universo: Individuos de 18 a 65 años residentes en España

Muestra: 10.005 individuos de 18 a 65 años, representativos del universo descrito

Error máximo asociado: $\pm 1\%$, bajo un intervalo de confianza del 95'5% y en el supuesto de máxima indeterminación ($p=q=50\%$)

Técnica: Entrevistas on-line llevadas a cabo utilizando el Panel de Consumidores Online de SymphonyIRI Group

Trabajo de Campo: Del 19 al 28 de septiembre de 2012

Atención a los Medios de Comunicación:

Ana Banquer

Tel: 93 205 85 80

Móvil: 652 68 58 67

Mail: ana@sottotempo.com