

PALMARÈS 2015

**DÉCOUVREZ
TOUS LES LAURÉATS 2015 !**



LE LOGO

Le mag d'Élu Produit de l'Année - www.produitsdelannee.com

ÉDITO

RÉFÉRENTIEL

Créé en 1987, le logo "Élu Produit de l'Année" confirme sa vocation. Jamais le lien entre le logo, les consommateurs et les distributeurs n'a été aussi fort, en attestent les derniers résultats des études Nielsen et Ipsos menées en 2014. En effet, 72% des consommateurs interrogés déclarent faire confiance au logo "Élu Produit de l'Année" lors de leurs achats en magasins. Et, de manière plus générale, 74% d'entre eux affirment que le logo "Élu Produit de l'Année" incite à l'achat.

Ainsi, en donnant la parole aux consommateurs, ce logo a su créer un référentiel puissant et pérenne sur le marché des produits de grande consommation. Les consommateurs bien sûr, mais les distributeurs, eux aussi, sont concernés par le logo. En attestent, là aussi, les derniers résultats Nielsen : 77% des distributeurs déclarent que le logo renforce l'image de marque des produits lauréats et 86% d'entre eux pensent que ce même logo permet d'augmenter le chiffre d'affaires des lauréats de manière significative.

En conclusion, consommateurs et distributeurs se rejoignent pour plébisciter le logo "Élu Produit de l'Année" et surtout font la démonstration que l'innovation produit est, bel et bien, le vecteur le plus puissant de la croissance économique.

Christian Le Bret

Président-Fondateur des Produits de l'Année
Conseiller du Commerce Extérieur de la France

Sous les Hauts Patronnages de :

Monsieur Matthias Fekl

Secrétaire d'État chargé du Commerce extérieur,
de la promotion du Tourisme et des Français de l'Étranger.



Madame Carole Delga

Secrétaire d'État chargée du Commerce, de l'Artisanat,
de la Consommation et de l'Économie sociale et solidaire.

Présidé par :

Monsieur Stéphane Maquaire

Président du Groupe Monoprix

MONOPRIX

Palmarès 2015 :

415 produits en compétition,
61 lauréats...



CE QU'EN PENSENT
LES
CONSOMMATEURS



CE QU'EN PENSENT
LES
DISTRIBUTEURS





28^{EME} ÉDITION DES PRODUITS DE L'ANNÉE

SOUS LES HAUTS PATRONNAGES DE :

Carole DELGA

Secrétaire d'Etat chargée du Commerce, de l'Artisanat, de la Consommation et de l'Economie sociale et solidaire



"D e Pascal qui inventa la machine à calculer à l'ingénieur Bob Carrière et son digicode, en passant par la machine à coudre de Barthélémy Thimonnier, l'innovation en France est une tradition ancienne. Le nouveau, l'insolite, l'inédit séduisent depuis toujours les consommateurs, parce qu'ils rompent avec l'habitude et créent de l'exceptionnel. Dans une société où l'épanouissement personnel a une place importante, le consommateur veut vivre, au-delà du simple achat, une véritable expérience. De plus en plus pressé et avide d'objets sur-mesure et adaptables, il recherche une manière et un environnement singuliers pour acheter et consommer. Dès lors, l'innovation ne porte plus seulement sur le produit en soi, mais sur la compréhension du désir du consommateur, pour que le produit s'inscrive harmonieusement dans le tourbillon de son quotidien. N'oublions pas que l'innovation est aussi un vecteur de lien social, en redonnant du sens à la consommation et en nous rapprochant des territoires. ▼▼

Matthias FEKL

Secrétaire d'Etat chargé du Commerce extérieur, de la Promotion du Tourisme et des Français de l'Etranger



"L e logo « Élu Produit de l'Année » récompense des produits qui font l'innovation de demain dans un domaine que nous connaissons tous très bien : la grande consommation. Il y a en France beaucoup d'entreprises performantes, innovantes qui créent des produits qui ne demandent qu'à s'exporter. Car innover est le plus sûr moyen pour conquérir les marchés internationaux, notamment pour les PME et ETI qui sont au cœur de mon action pour soutenir le commerce extérieur de la France. Aujourd'hui, une PME innovante sur deux est présente à l'export contre une sur 20 en moyenne. L'innovation doit donc être au cœur des stratégies d'internationalisation des PME et des ETI. Car une France qui exporte, c'est une France qui crée des emplois sur l'ensemble de notre territoire et de nos régions. Je voudrais chaleureusement féliciter l'ensemble des Produits de l'Année 2015 en espérant qu'ils connaîtront le succès qu'ils méritent en France et partout dans le monde. ▼▼



Renforcer le lien avec le consommateur...

Sous la présidence de Stéphane MAQUAIRE, Président du Groupe Monoprix, la 28^e édition de la cérémonie du Grand Prix Marketing Innovation fondé par Christian Le Bret s'est déroulée le 19 janvier 2015 au Théâtre de Paris. Une occasion privilégiée pour les 1 300 invités, dont de très nombreux représentants des grandes chaînes de distribution (Monoprix, Carrefour, Auchan, Galec, Casino, Intermarché, Système U, Sephora...) de découvrir les 61 produits alimentaires et non-alimentaires qui ont été élus Produits de l'Année pour 2015.

Distributeurs et consommateurs se rejoignent pour plébisciter le logo « Élu Produit de l'Année »

DISTRIBUTEURS

Notoriété :

88 %

Confiance :

68 %

Renforcement de l'image de marque :

77 %

86 % pensent que le logo permet d'augmenter le CA de manière significative

sont plus enclins à référencer un produit porteur du logo **69 %**



Etude téléphonique réalisée par Nielsen en avril 2011

CONSOMMATEURS

Notoriété :

cible femmes¹

99 %

Notoriété :

cible hommes et femmes - de 50 ans³

90 %

Produits porteurs du logo sont satisfaisants :

78 %²

Incitation à l'achat :

76 %²

Renforcement de l'image de marque :

72 %²

Confiance renforcée dans les marques porteuses du logo :

72 %³

Est une caution, une garantie, une référence :

72 %³

79 %

des produits « Élus Produits de l'Année » **les cinq dernières années sont toujours référencés en magasins****

** Storecheck / Produits de l'Année France septembre 2014

Les candidatures 2016 sont ouvertes

Pour inscrire vos produits
Contactez Sandra Allenet

Tél. : 00 33 1 46 04 76 76
s.allenet@produitsdelannee.com
www.produitsdelannee.com



1 - journaldesfemmes.com en mai 2013
2 - Etude en ligne réalisée par Nielsen en octobre 2014 (15-65 ans)
3 - Etude Ipsos en ligne réalisée en juillet 2014 (16-75 ans)



Monsieur Stéphane Maquaire
Président du Groupe Monoprix a présidé la soirée des Élus 2015.

Hygiène • Beauté • Santé

TOP 5 PERCEPTION
DES PRODUITS

— HYGIÈNE & BEAUTÉ —

- 1 - Facilité d'utilisation / Praticité 94 %
2 - Texture / Matière 93 %
3 - Image de marque 91 %
4 - Efficacité 90 %
5 - Parfum / Odeur 90 %

— SANTÉ —

- 1 - Facilité d'utilisation / Praticité 95 %
2 - Effet chauffant 95 %
3 - Effet décontractant 94 %
4 - Confiance que j'ai dans le produit 94 %
5 - Efficacité 93 %

Sources : Nielsen Consumer Research novembre 2014 / Les Produits de l'Année 2015

nielsen



1. Algotherrm · Huile Solaire Age Protect SPF20 / 2. Colgate ® · Brosse à dents Colgate ® 360° Interdentaire / 3. Colgate ® · Colgate ® Défi Zéro Carie / 4. Diadermine · Crème de Beauté Jour N°110 / 5. Garnier – Fructis · Gamme Matière & Densité / 6. Lactacyd Pharma · Gamme de soins intimes lavants / 7. Laino · Huile Authentique / 8. Le Petit Marseillais · Déodorants Parfumés / 9. Linéance · Bi-Phase Amincissant Oléo Sculpt / 10. Lytess · Pantacourt Minceur de Nuit / 11. Nana ® · Nana ® Ultra “Enroulez-Fermez-Jetez™” / 12. Les Cosmétiques Design Paris - Nectar of Nature · Masque hydratant fraîcheur à la pulpe de concombre / 13. NIVEA · Perles de Q10 Sérum Concentré / 14. Oral-B · Oral-B 3D White Luxe Eclat Glamour / 15. Palmolive · Magic Pouss'Mousse / 16. Le Comptoir Aroma - Respir' – Spray nasal décongestionnant / 17. Revlon Professional · Revlonissimo 45 Days Total Color Care / 18. Saint Algue Syoss · Laque Tenue Invisible Fixation Forte / 19. Skin'minute · Huile Sèche Hydratante / 20. Skin' minute · Loton MATT ++ / 21. Gemey-Maybelline · SuperStay Better Skin / 22. Syntholkiné ® · Patchs chauffants petit et grand formats / 23. Tahiti · Gamme de Gels Douche Les Secrets de Tahiti à l'Huile de Monoï & Frangipanier ou à l'Huile d'Argan & Hibiscus / 24. Urgo · Gamme Filmogel ®

Les Produits de l'Année en partenariat avec...



TOP 5

PERCEPTION DES PRODUITS

— ALIMENTAIRE —

- 1 - Goût **94 %**
- 2 - Praticité / Facilité à être préparé ou cuisiné ... **93 %**
- 3 - Plaisir qu'il génère lors de sa dégustation ... **92 %**
- 4 - Aspect **92 %**
- 5 - En conformité avec mes attentes **92 %**

— ENFANT —

- 1 - En conformité avec mes attentes **90 %**
- 2 - Niveau de sécurité pour les enfants **88 %**
- 3 - Confort, facilité d'utilisation / Praticité **88 %**
- 4 - Conformité avec les avantages mis en avant ... **80 %**
- 5 - Image de marque **86 %**

Sources : Nielsen Consumer Research novembre 2014 / Les Produits de l'Année 2015

nielsen

Alimentation • Enfant



1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



11



12



13



14

1. **BANANIA**® · Le Bon Lait au Chocolat BANANIA® / 2. **Chicco** · Trio Love / 3. **Smoby** · Mobile Fleur Cotoons / 4. **Délichoc** · Délichoc Stick Crispy / 5. **Ducros** · Gamme Moulin Premium / 6. **EvoluPlus** · Olinox® Pack Minceur 7 Jours / 7. **Finley** · Gamme Finley / 8. **Luc et Léa** · Gamme de Biberons anti-colique / 9. **Pampers** · Active Fit Premium Protection / 10. **Panzani** · Gamme Spécial Sauce / 11. **Pedigree** · Dentastix Fresh / 12. **Pom Bistro** · Pom Bistro / 13. **Senoble** · Gamme Coeur Fondant / 14. **VTech**® · Storio 3 Baby

Entretien • Bazar • Autres

TOP 5

PERCEPTION DES PRODUITS

— ENTRETIEN —

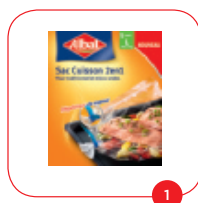
- 1 - Confort, facilité d'utilisation / Praticité **93 %**
- 2 - Efficacité **93 %**
- 3 - En conformité avec mes attentes **91 %**
- 4 - Image de marque **91 %**
- 5 - Différents usages / Fonctions **91 %**

— BAZAR —

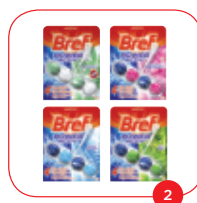
- 1 - Efficacité **92 %**
- 2 - Confort, facilité d'utilisation / Praticité **92 %**
- 3 - Différents usages / Fonctions **91 %**
- 4 - En conformité avec mes attentes **90 %**
- 5 - Image de marque **89 %**

Sources : Nielsen Consumer Research novembre 2014 / Les Produits de l'Année 2015

nielsen



1



2



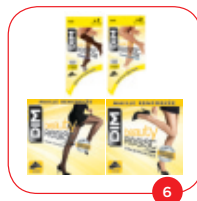
3



4



5



6



7



8



9



10



11



12



13



14



15



16



17



18



19



20



21



22



23

1. **Albal** · Sac Cuisson au four 2en1 / 2. **Bref WC** · Bref WC Power Activ / 3. **Carolin** · Gamme Anti-Bactérienne à l'Huile Essentielle d'Eucalyptus / 4. **Chanteclair** · Lessive Jardin d'Orient / 5. **Braun** · Rasoir Électrique Braun °CoolTec / 6. **DIM** · DIM Beauty Resist / 7. **DIM** · Gentleman / 8. **Dr. Beckmann**® · Lingettes anti-décoloration en microfibre Dr. Beckmann® / 9. **Dyson** · Dyson Cinetic™ DC 52 / 10. **Glade® by Brise®** · Gamme de diffuseurs Discreet® & ses recharges / 11. **GS27** · Gamme Technics / 12. **Handy Bag** · Sacs Poubelle Lien Pratique / 13. **KB Home Defense** · Stop Insectes PAL / 14. **Mr. Propre** · Gel Liquide Concentré Mr. Propre / 15. **Paic** · Paic Intégral 5 / 16. **Pattex** · Pattex 100% Pâte à Réparer / 17. **Pyrex** · Gamme Attraction / 18. **Rainett** · Tablettes Lave-vaisselle tout en 1 / 19. **Sanytol** · Désodorisant Désinfectant Textiles Anti-Allergènes / 20. **Skip** · Capsules Double Action Skip / 21. **Spontex** · Express System / 22. **UHU stic** · UHU stic ReNATURE / 23. **YOU by Salveco** · Nettoyants Sols & Surfaces YOU

*Étude réalisée en ligne sur une présélection de produits nouveaux de marques nationales vendus en France. Etude administrée par Nielsen en octobre 2014 avec 10 000 répondants effectifs, représentatifs de la population française âgée de 15 ans et plus.

Produits de l'Année France SAS RCS Nanterre 51126846800010 - Conception graphique : Produits de l'Année France SAS