



DERNIÈRE
SESSION D'INSCRIPTION!

2016 : PERSPECTIVES !

ÉLU PRODUIT DE L'ANNÉE BOOSTER

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

ÉDITO

RÉUSSIR

La réussite d'un lancement produit repose sur plusieurs disciplines et plusieurs paramètres. C'est de leurs combinaisons que dépend le succès. Philip Kotler disait « la valeur d'une stratégie marketing dépend de son maillon le plus faible ». Il est alors facile de comprendre que chacun participe au succès, que chacun est indispensable, que chacun apporte sa compétence spécifique. Le consommateur, bien entendu, est au centre de ce dispositif, c'est lui qui, par ses envies, ses choix, fera peser la balance dans un sens ou dans l'autre. Mais il ne faut pas occulter le rôle de la distribution. En effet, là aussi, aucune stratégie marketing ne résiste à un produit trop peu ou mal distribué. À ce stade, le rôle des Forces de Vente et des équipes commerciales est un incontournable de la réussite. En associant les Produits de l'Année aux Trophées LSA des Forces de Vente, nous soulignons ainsi et aussi l'impact du logo « Élu Produit de l'Année » auprès des Responsables de la distribution*, facilitant ainsi le référencement de nouveaux produits et leur succès auprès des consommateurs...

* 69% des distributeurs sont plus enclins à référencer un produit porteur du logo «Élu Produit de l'Année», étude Nielsen 2011.

Christian Le Bret,
Président-Fondateur des Produits de l'Année

SUCCESS STORY



L'INNOVATION ET LES PRODUITS DE L'ANNÉE



2^e SESSION
D'INSCRIPTION

DERNIERS
DÉLAIS !

PARTENAIRE DES TROPHÉES LSA DES FORCES DE VENTE



CASE STUDIES

LES PRODUITS DE L'ANNÉE ROULENT AU VERT





SUCCESS STORY : LES LAURÉATS DANS LA DURÉE

marketing

COMMERCE & CONSOMMATION
LSA



Les Produits de l'Année, en partenariat avec Marketing Magazine et LSA, lancent les Success Stories !

Le but ? Donner la parole aux produits lauréats plusieurs années après leur élection. Ils témoignent de leurs expériences, de leur stratégie de marque et plus largement des bénéfices du logo « Élu Produit de l'Année ».

La première Success Story est consacrée au mascara Volume Millions de Cils de L'Oréal Paris, élu Produit de l'Année en 2011 et encore star des mascaras aujourd'hui !



marketing

L'INNOVATION DANS L'ADN DES PRODUITS DE L'ANNÉE

Comme vous le savez, depuis des années, Les Produits de l'Année placent l'innovation au cœur de l'activité et de la croissance économique, c'est pourquoi nous avons participé activement à la création d'un Numéro Spécial Innovation dans Marketing Magazine.

Un comité éditorial composé de professionnels du marketing, d'instituts d'études et d'annonceurs s'est réuni pour réaliser un benchmark des cas marketing les plus emblématiques en termes d'innovation produit en France et à l'international.

Un article a été consacré au logo « Élu Produit de l'Année » avec la participation de son Président-Fondateur, M. Christian Le Bret.

EXPERTISE SAGA

Le macaron rouge voit la vie en rose

«Élu Produit de l'Année» vise, depuis 1987, à donner la parole aux consommateurs. Le logo, le plus en plus lié à l'innovation, s'expose à vitesse grand V.

Produits de l'Année
Christian Le Bret,
président-fondateur

Après un passage au crible des produits sélectionnés par un comité d'experts professionnels, les produits de l'année sont annoncés. C'est aussi de la base une et de l'année, d'un côté l'innovation perçue et d'autre côté, leur utilité pour les consommateurs. C'est véritablement cette dernière qui est au cœur de l'innovation.

«L'innovation est le vecteur de croissance de la consommation»

62 marketing mai 2015 plus Facts sur marketing.fr

EXPERTISE SAGA

Manifeste pour une innovation «débriée»

«Ne rien attendre... La vision de l'innovation de Christian Le Bret est un leit-motiv fédérateur... L'innovation doit être totalement débridée, pour laisser la place à une idée de génie. Ce n'est que dans ce cadre que l'innovation peut véritablement émerger. Dans cet esprit, il est primordial que les équipes de R&D et de Marketing, la vision de l'innovation «débriée» soit particulièrement soutenue. Le fait de dire que tout nouveau produit est détesté au stade de prototype, notamment pour la grande consommation, est l'un des aspects les plus délirants, si ce n'est les plus dangereux.»

Produits de l'Année: morceaux choisis

1987	Le premier logo «Élu Produit de l'Année»
2005	Les Yaourts pilonnés de La Laiterie reprennent le packaging des catégories desserts et yaourts
2008	La Gillette Fusion, un rasoir rechargeable cinq lames
2011	Le Chat blanc de Bidas
2012	Le meilleur fromage au monde Fime de la qualification Fime de la destination
2013	Nougat et miel d'Alsace
2014	Joker lauréat de référence 100% origine France

64 marketing mai 2015 plus Facts sur marketing.fr

CASE STUDY

COMMERCE & CONSOMMATION
LSA

DR. BECKMANN® ET GLADE® BY BRISE® NOUS DISENT TOUT !

Deux nouveaux Case Studies dans LSA ce mois-ci !

Cette fois, ce sont Dr. Beckmann® et Glade® by Brise®, lauréats 2015, qui nous font part de leurs expériences et des retombées du logo sur leurs ventes et parts de marché.

Dr. Beckmann
Élu Produit de l'Année 2015

CASE STUDY #24

glade® by brise®
Élu Produit de l'Année 2015

CASE STUDY #25

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



DES FORCES DE VENTE

LES PRODUITS DE L'ANNÉE AUX CÔTÉS DES FORCES DE VENTE

Une des vocations des Produits de l'Année est de créer et/ou renforcer les liens entre les entreprises et les distributeurs.

Pour preuve, les Parrains des dernières éditions des Produits de l'Année ont été : Serge Papin (Système U), Georges Plassat (Carrefour), Jacques-Antoine Granjon (vente-privee.com) et Stéphane Maquaire (Monoprix). Dans quelques semaines, nous vous dévoilerons le Parrain de l'édition 2016...

Au quotidien, ce sont principalement les hommes et les femmes des équipes de vente qui sont les interlocuteurs stratégiques et privilégiés des acteurs de la grande distribution.

C'est pourquoi les Produits de l'Année sont aujourd'hui partenaires des Trophées LSA des Forces de Ventes 2015, dont la soirée a eu lieu le 17 juin dernier au Pavillon Royal.



DEUXIÈME SESSION D'INSCRIPTION :

**DERNIERS
DÉLAIS !**

La 2^{ème} session d'inscription au concours « Élu Produit de l'Année » est ouverte ! Vous avez désormais **jusqu'au VENDREDI 25 SEPTEMBRE 2015** pour inscrire vos produits.

*Prenez rendez-vous
avec les consommateurs...
et ne laissez pas la place
à vos concurrents !*

- Un référentiel puissant :

99% de notoriété côté consommateurs
90% côté distributeurs

- Sa force : la transversalité :

Alimentation, hygiène-beauté, entretien ménager...

- Booste les ventes et les parts de marché :

+25.5% d'augmentation
moyenne des ventes en volumes*

- 10 000 votants :

Datas de réflexion stratégique

- Prise en compte du Mix Marketing :

Valorisation de la fonction marketing

- Lien direct avec la distribution :

Chaque année, les Produits de l'Année sont parrainés par des personnalités de la grande distribution : Serge Papin (Système U), Georges Plassat (Carrefour), Stéphane Maquaire (Monoprix)...

- Outils de référencement :

79% des produits élus les 5 dernières années sont toujours référencés en magasins**

- Visibilité et impact en magasins

- Plan de communication

à 360° / 365 jours :

9 partenaires média
incontournables !

*Retour observé par les lauréats des 3 dernières années. cf Case Studies

**Storecheck Produits de l'Année France 2014



Inscrivez-vous sur www.produitsdelannee.com

RÉDUIRE L'EMPREINTE CARBONE !

Depuis mai dernier, une nouvelle collaboratrice a rejoint les troupes des Produits de l'Année : la Zoé de Renault ! Avec cette petite citadine totalement électrique, l'équipe des Produits de l'Année s'investit dans l'avenir écologique de la planète.

Les Produits de l'Année roulent au vert !



**DERNIÈRE
SESSION D'INSCRIPTION
JUSQU'AU 25
SEPTEMBRE 2015 !**

POUR INSCRIRE VOS PRODUITS :

Contactez Sandra Allenet - Tél. : 00 33 1 46 04 76 76 - s.allenet@produitsdelannee.com
www.produitsdelannee.com - ou renvoyez le coupon ci-dessous complété à
Produits de l'Année France, 66 rue Escudier, 92100 Boulogne-Billancourt, France

Nom Prénom

Société Fonction

Marque Produit/Gamme

Adresse

Ville Code Postal

Tél Email

Je souhaite avoir plus d'informations sur le fonctionnement de l'édition 2016

Je souhaite présenter des produits à l'édition 2016



www.produitsdelannee.com