



Élu Produit de l'Année 2015

Une utilisation massive du logo :



TV



Packaging



Carte postale



Plaquette



Vitrine



Dalle de sol



Bâche



Stop-rayon

Témoignage de Jean-Pierre Juguet, Directeur Marketing & Communication du laboratoire EvoluPharm :

"Lorsque nous avons décidé de lancer **Olinox® Pack Minceur 7 Jours** en 2014, nous avons réalisé que nous investissions un marché où **la concurrence est rude** et où **seul un produit à l'efficacité avérée** peut marcher. C'est pourquoi, un test sur des personnes de toutes morphologies a été réalisé avant lancement. Et avec constat d'huissier de justice, on a pu enregistrer **une perte jusqu'à 3.3kgs, en 1 semaine...** sans frustration ! Cette **combinaison simple, efficace et novatrice** (2 gélules le matin et 1 unica-dose® le midi) dans **un étui beau et attractif** associé à **un prix public très compétitif (9.90€)**... il n'en fallait pas moins pour que le produit rencontre **un beau succès et se place** en moins de 5 mois, **5^{ème} sur son segment**.

Fort de ce succès et **désireux qu'Olinox® Pack Minceur 7 Jours performe davantage en 2015**, nous avons décidé de **participer au concours « Elu Produit de l'Année »**. C'est un **nouveau pari** pour le laboratoire EvoluPharm qui sait qu'il sera confronté aux plus grands laboratoires. Et pourtant, sur les 3 critères d'évaluation du produit (Attractivité, Innovation et Satisfaction), **Olinox® Pack Minceur 7 Jours est ressorti en tête**. Et c'est **10 000 consommateurs qui l'ont élu Produit de l'Année**, une **vraie marque de crédibilité ! Nous utilisons au maximum ce logo** dans notre plan de communication, que ce soit dans notre **spot de pub TV**, en **PLV**, sur notre **site web** ou encore sur nos **outils BtoB**.

Nous sommes convaincus que **ce logo favorise une implantation massive en pharmacie** et qu'il contribuera à **la notoriété de ce produit vis-à-vis des consommateurs** tout au long de l'année 2015".

LES CHIFFRES CLÉS DU LOGO

Consommateurs :

- Notoriété : 99% (cible femme)⁽¹⁾ et 90% (cible homme et femme moins de 50 ans)⁽²⁾.
- Incitation à l'achat : 76%⁽³⁾.

Distributeurs :

- Le logo permet d'augmenter le CA des produits de façon significative : 86%⁽⁴⁾.
- Référentiel plus volontiers un produit porteur du logo : 69%⁽⁴⁾.

CANDIDATEZ DÈS MAINTENANT POUR 2016 :



Grand Prix Marketing Innovation 2016 *

Votre dossier est disponible sur : www.produitsdelannee.com
 Pour en savoir plus :
 Contacter Sandra Allenet
 01.46.04.76.76
s.allenet@produitsdelannee.com

*Étude réalisée en ligne sur une présélection de produits/nouveaux de marques nationales vendus en France. Étude administrée par Nielsen en octobre 2014 avec 10 000 répondants effectifs, représentatifs de la population française âgée de 15 ans et plus. www.produitsdelannee.com
 (1) Source : www.journaldesfemmes.com en mai 2014 / (2) Étude Ipsos en ligne réalisée en juillet 2014 (16-75 ans) / (3) Étude en ligne réalisée par Nielsen en octobre 2014 (15-65 ans) / (4) Étude téléphonique réalisée par Nielsen en avril 2011.