

F.A.Q*

Qu'est ce que "Produit de l'Année" ou "Product of the Year" (PoY)?

Élu Produit de l'Année est l'étude consommateur la plus importante du monde. En effet, plus de 4,5 milliards de consommateurs sont exposés au logo PoY chaque année. En Tunisie en 2019, 60% des personnes interrogées connaissent le logo et se disent disposées à acheter un produit davantage s'il arbore le logo Produit de l'Année.

Les produits les plus innovants, plébiscités par le consommateur, seront les produits lauréats, que vous retrouverez dans les linéaires.

Nous souhaitons amener les consommateurs à acheter mieux en leur proposant avec le logo, un produit plébiscité par l'ensemble de la population tunisienne.

Le consommateur dispose d'un linéaire de plus en plus fourni, un choix différent pour chaque type de produit, la concurrence est rude, l'attention des consommateurs est sur-sollicitée.

En effet, le temps d'attention moyen d'un consommateur pour choisir un produit est d'environ 7 secondes, pour choisir un shampoing, par exemple. Ce choix n'est pas la décision la plus importante de sa vie, ni même de sa journée, mais un produit estampillé du logo rouge ne manquera pas de l'interpeller dans son choix, voilà en quoi consiste le processus de PDAT.

Très bien! Comment ça marche ?

Le processus de Produit de l'Année est très simple: nous évaluons, avec l'aide d'un cabinet d'études indépendant, des catégories de produits représentatives du marché par un échantillon représentatif de la population.

Nous mettons en compétition bien sûr des produits comparables de mêmes gammes et qui ont des fonctions similaires.

Concrètement, avez-vous un exemple svp?

Nous référençons la catégorie avec les informations fournies par les entreprises participantes avec les différents produits composants cette catégorie et leurs parts de marché respectives, dans une première étape.

La seconde étape consiste à valider ces informations avec celles fournies par nos partenaires dans la grande distribution et notre cabinet d'études.

Une fois les catégories validées, l'étude peut commencer. Les produits sont soumis à l'évaluation par les consommateurs.

1: 150 consommateurs sont livrés chez eux gratuitement avec de beaux cartons pleins de produits issus des catégories ouvertes à la compétition de cette année mais qui correspondent aussi à leurs habitudes de consommation! Ils reçoivent également un cahier d'évaluation avec les grilles à remplir pour donner leurs avis sur les produits à tester.

Une application est également disponible pour remplacer le cahier.

2: Un second panel composé de milliers de consommateurs répartis sur l'ensemble du territoire sont interrogés sur leurs habitudes de consommation

et les produits qu'ils utilisent. A l'issue de ce sondage, un score est établi sur les mêmes critères que ceux étudiés sur le premier panel:

QUALITÉ PERÇUE, INTENTION D'ACHAT & INNOVATION

Comment sont choisis les produits livrés au panel?

Cela se fait en fonction des besoins et des habitudes de consommation des personnes inscrites dans notre panel. Par exemple, nous n'envoyons pas de couches à une famille sans bébé, pas d'alcool aux personnes qui ne boivent pas et pas d'huile de moteur à ceux qui n'ont pas de voiture.

Quel intérêt pour les consommateurs?

Près de 9000 nouveaux produits sont lancés chaque année dans nos rayons. Vous vous rendez dans votre supermarché et vous retrouvez face à 30 nouveaux shampoings qui sont communiqués sur leurs avantages compétitifs, leurs innovations, etc.

Nous ne prétendons pas changer le monde, nous demandons tout simplement à 2500 consommateurs quel est leur produit préféré cette année Une distinction affichée sur les produits lauréats dans les rayons.

Depuis quand existe cette compétition?

Depuis 37 ans et elle existe actuellement dans plus de 40 pays. Plus de 4 milliards de consommateurs sont exposés au logo Product of the Year chaque année.

Quelles répercussions sur les lauréats ?

Bien utilisé, en emballage et/ou sur les campagnes de promotion du produit, le logo POY entraîne une hausse du CA relative au taux de pénétration du produit.

Avoir un produit élu par les consommateurs c'est bien! Le faire savoir c'est mieux!

Au delà de la conquête de part de marché, cette compétition est également un outil pour valoriser le travail des équipes en interne mais également sur le contenant du produit. Un rendez-vous annuel pour célébrer ensemble les performances de leur travail avec un trophée à la clef.

Quels types de produits sont éligibles à la compétition?

Pratiquement tout ce qui est accessible au consommateur tunisien, qu'il soit fabriqué localement ou importé, comestible ou non. Nous organisons une compétition sur les biens de consommation courante. Typiquement, tout ce que vous trouverez dans votre supermarché ou votre hypermarché est éligible à la participation. Dans d'autres marchés, comme les États-Unis, l'Inde ou la Chine, les produits bancaires ou d'assurance innovants et qui se démarquent du reste du marché (comme par exemple des cartes de crédit prépayées pour adolescents) sont très populaires au sein de cette compétition.

En Tunisie, nous avons des catégories plus traditionnelles pour l'instant, comme les produits agroalimentaires, les produits ménagers et les produits de soins et beauté, mais également l'électroménager.

Quel avantage à participer à cette compétition ?

Dans tous les cas de figure, que le produit inscrit ressorte en tête du classement ou pas, il bénéficie d'une étude détaillée face aux principaux concurrents. Nous proposons également en option et en marge de la compétition, de poser des questions spécifiques à votre produit aux 150 testeurs et de vous remonter le feedback consommateur.

Dans le cas où les produits inscrits par votre entreprise s'avèrent gagnants, vous bénéficiez de l'utilisation du label «Élu Produit de l'Année» pendant 12 mois. Un outil marketing de poids pour fidéliser vos clients et en recruter de nouveaux!

Être les meilleurs, c'est bien. Mais si tout le monde le sait, c'est mieux.

Et si c'est le consommateur tunisien qui le dit pour vous, c'est encore mieux!

Est-ce que tous les concurrents sont concernés ?

Oui, entre 70% et 100% de part de marché. Ne sont pas étudiés les produits à faible part de marché s'ils ne font pas la démarche volontaire de s'inscrire, les autres sont soumis au vote des consommateurs automatiquement.

Et si c'est un produit appartenant à une entreprise qui ne participe pas qui remporte la compétition ?

Alors cette catégorie n'aura pas de lauréat et sera annulée. Nous contactons les entreprises pour leur proposer la participation uniquement avant de lancer l'étude, jamais après. En clair, nous ne contacterons jamais une entreprise qui a refusé de participer avant l'étude en lui annonçant la victoire à posteriori d'un de ses produits pour lui demander de participer après la compétition.

Je ne suis pas sûr de participer cette année, est ce que vous me conseillez de participer l'année prochaine ?

Comme expliqué à la question précédente, vos produits seront tout de même étudiés même si vous estimez qu'ils ont peu de chances de gagner. Vous vous privez uniquement du rapport de l'étude et éventuellement, de la victoire si les produits concurrents sont moins performants que les vôtres auprès du public.

Avoir une option c'est toujours mieux.

*FAQ: Foire aux questions