

## **26 produits élus “Produit de l’Année” 2021**

**\*La plus vaste étude d’opinion au monde**

**\*Une augmentation de 25% du CA des marques labellisées**

**\*72% d’incitation d’achat grâce au label Elu Produit de l’Année**

Ce ne sont pas moins de 26 produits qui ont été élus “Produit de l’Année” 2021. Que ce soit dans la beauté, l’alimentaire, la santé, le nettoyage ou encore les soins personnels, tous auront droit au petit logo rouge pour agrémenter leur packaging.

Le choix n’a pas été opéré au hasard, puisque Elu Produit de l’Année a mis en compétition de nombreux produits en se basant sur une enquête de l’Institut Nielsen, menée de manière indépendante.

Il aura fallu cinq semaines pour réaliser cette enquête de terrain, auprès de 3000 consommateurs marocains à travers le royaume. L’attribution de la note se fait sur la base de trois critères :

- l’attractivité du produit, qui compte pour 30% de la note finale,
- l’intention d’achat, à 30% également,
- l’innovation perçue du produit, notée à hauteur de 40%.

En fin d’enquête, les marques ont, de ce fait, une idée claire de la perception de leur produit sur le marché marocain. Ces dernières, ainsi que Elu Produit de l’Année, n’interfèrent à aucun moment avec les personnes sondées.

«Le concept est simple : donner la parole aux consommateurs», explique Fayçal MAAOUNI, directeur général de Elu Produit de l’Année Maroc. «Ceci a pour effet de créer un véritable lien entre les consommateurs, les marques et les produits innovants».

Les produits gagnants sont annoncés annuellement et reçoivent le droit d'utiliser le logo "Produit de l'Année Maroc" dans leur stratégie marketing et leurs communications pendant une année.

Ce dernier permet aux consommateurs de gagner du temps et de l'argent en faisant leur choix. Selon une étude menée par l'Institut Nielsen Maroc, plus de 60% des consommateurs font déjà confiance au Logo Elu Produit de l'Année. Grâce à celui-ci, l'incitation d'achat est de 72%, contre un produit sans label. Selon une étude réalisée par Elu Produit de l'Année monde, cet acte d'achat conduit, en moyenne, à une hausse de 25% du chiffre d'affaires, selon le taux de pénétration du produit.



Le prix à gagner est surtout un message marketing puissant pour les marques des produits élus qui ont fait leurs preuves afin d'accroître leur notoriété et leur innovation.

Parmi les 26 produits gagnants sur le marché marocain pour 2021 nous retrouvons Bel, Les Eaux Minérales d'Oulmès, Samsung, Lesieur-Cristal, Friesland Campina, Orange, Mme Olympe, Procter & Gamble, Yves Rocher ou encore Shell.

Voici la liste des produits gagnants :

Produit gagnant	Catégorie
Jibal Yaourt	Yaourts brassés
Oulmès eau gazeuse à la source	Eaux gazeuses
Kroon Edam	Fromages pâte dure
Taous shampoing à la protéine de blé	Shampoings femmes
Shell Carburants	Carburants
Samsung Windfree	Climatiseurs
H&S Suprême	Shampoings mixtes
Kiri jben	Fromages Jben
Magdor	Margarines
Ariel Matic	Lessive automatique

Lesieur 3 GRAINES	Huiles de table
Routeur Livebox fibre optique Orange	Routeurs fibre optique
Soin Pantene 3Min Miracle	Soins capillaires
Kiri carré	Fromages carrés
Samsung Qled TV	Téléviseurs
Culottes menstruelles Mme Olympe	Hygiène féminine
H&S Shampoing menthol, classic clean et charcoal	Shampoings hommes
Taous liquide pour mains	Savons liquides
Monoï de Tahiti	Soins pour le corps
Rasoirs jetables Gillette	Rasage hommes
Taous savon dur	Savons corporels
Samsung Twin cooling	Réfrigérateurs
El kef lessive en poudre citron et lavande	Lessive main
Ariel bleu semi-automatique	Lessive semi-automatique
Hydra vegetal	Soins du visage
El Kef pâte multi-usages	Pâtes multi-usages

## Quatre ans au Maroc

34 ans que la marque commerciale Elu Produit de l'Année récompense chaque année des produits défendus par les consommateurs, en France. Au Maroc, la marque au logo rouge souffle sa quatrième bougie avec cette édition qui, malgré la pandémie internationale, a su mettre en avant l'importance d'un vote consommateur pour la communication des marques.

Après tant d'années, le Groupe présidé actuellement par Philippe Gelder, ne cesse de faire des émules en allongeant sa longue liste de consommateurs à plus de 4,5 milliards de personnes touchées par le logo rouge à travers 44 pays. Cette confiance, donnée à Elu Produit de l'Année, en fait la plus vaste étude d'opinion, au Maroc et à travers le monde.