

## **Euromadi refuerza su apuesta por la innovación**

- **La central de compras y servicios líder en España suscribe un acuerdo con El Producto del Año mediante el cual colaborará con los fabricantes para facilitar el acceso de los consumidores a la innovación relevante**

*Barcelona, 15 de diciembre de 2015.* El presidente de **Euromadi**, Jaime Rodríguez, y Fabrizio Selva, presidente de **El Producto del Año** han firmado un acuerdo de colaboración con el objetivo de favorecer la distribución ponderada de las innovaciones relevantes que las marcas de fabricante lanzan al mercado cada año.

En palabras de Jaime Rodríguez, “las innovaciones relevantes son la mejor herramienta para hacer crecer el mercado en un entorno de disminución de la población en España”.

En este contexto, de las empresas asociadas de Euromadi, 58 de ellas con más de 6.100 puntos de venta han decidido promocionar conjuntamente los nuevos lanzamientos de marca de fabricante que cubran nuevas necesidades de consumo o mejoren la experiencia del consumidor a través de 3.000 expositores en punto de venta, señalización de las novedades y comunicación a través de 6,5 millones de folletos durante el año 2016.

**Euromadi** considera que es necesaria la colaboración con los fabricantes ya que “todo el esfuerzo en investigación y desarrollo de la innovación que realizan las marcas aporta un valor incuestionable a nuestro mercado, pero también a la sociedad. Si se analiza la evolución de ventas de todas las categorías, se obtiene una clara correlación entre incremento de ventas y el nivel de innovación”.

**El Producto del Año** es una organización que elige a través de 10.000 entrevistas con consumidores finales las mejores innovaciones para cada una de las categorías de consumo, por lo que según Jaime Rodríguez, este trabajo previo “ofrece un cierto nivel de garantía en la atractividad de las innovaciones para el consumidor. Es por ello que todos los ganadores de **El Producto del Año** formarán parte de nuestro proyecto, aunque también mantendremos la puerta abierta para otras innovaciones relevantes que las marcas hayan lanzado al mercado”.