

13.11.2003 – 08:30 Uhr

Marketing Trophy 2004: 14 entreprises à succès nominées!

Olten (ots) -

Placé sous la direction de son président Guido Schilling, le jury du Club Suisse de Marketing, a nommé en sa séance du 4 novembre 2003 - après une sévère sélection de leurs projets - 14 entreprises candidates au prix suisse du Marketing : le Marketing Trophy. Pour la 7e fois déjà, le Club Suisse de Marketing CMS couronne par ce prix les prestations les plus remarquables en matière de marketing. La désignation des lauréats et la remise du Marketing Trophy aura lieu le 15 janvier 2004 dans le cadre de la Journée Suisse du Marketing à Fribourg.

Nouveau: De l'or, de l'argent et du bronze à gagner!

La décision d'attribuer, dans chacune des trois catégories - petites, moyennes et grandes entreprises - non seulement un Trophy d'or au gagnant, mais également un Trophy d'argent au deuxième lauréat et un Trophy de bronze au troisième, est à rechercher dans la volonté du jury de mettre en évidence les meilleurs projets méritant une reconnaissance publique. La création d'une catégorie spécifique visant à récompenser les organisations à but non lucratif ouvrira le Marketing Trophy aux institutions en tous genres, leur permettant ainsi d'exposer leur créativité et leurs initiatives en publicité et communication; créativité et initiatives dont on parle en général assez peu dans le marketing.

Les nominés de la catégorie 1 (1 à 49 collaborateurs)

Samnaun Tourismus, 7563 Samnaun présente son projet : "Clau Wau - Santa Claus World Championship"

Durant sa saison hivernale - qui va de No'l à mars - la station de Samnaun bénéficie à chaque fois d'une forte occupation de sa capacité en lits qui n'engendre cependant qu'une faible croissance de son chiffre d'affaires. L'objectif était donc d'anticiper le début la saison et d'accroître ainsi le taux d'occupation des hôtels de fin novembre à No'l. Le concept du "Clau Wau - Santa Claus World Championship" se base sur le trend actuel d'un tourisme jeune et orienté animation et il a su enthousiasmer par son idée novatrice et originale; preuve de son succès.

Kräuter Pfarrer Künzle AG, 6648 Minusio présente son projet "Départ vers une nouvelle dimension"

Depuis huit ans environ, les chiffres d'affaires des produits à base d'herbes médicinales accusaient un net recul. Le nouveau positionnement structurel des drogueries sur le marché suisse ainsi qu'une reconnaissance affirmée et une consommation en développement constant des produits à base d'herbes médicinales incitaient naturellement leurs producteurs à relancer ce marché. Le concept marketing utilisé par Kräuter Pfarrer Künzle AG a été mûrement réfléchi et il convainc par l'aspect global de son concept de relance. Les mesures sont précisément dirigées vers des groupes cibles. Le choix du canal de distribution a eu lieu de façon intelligente et a permis à l'entreprise un lancement large avec des coûts supportables.

The Olive Shop OS AG, 8053 Zurich présente son projet "The Olive Shop"

Olive Shop se positionne sur le marché comme le spécialiste

incontournable des olives de qualité supérieure. Il dispose, sur le marché suisse, du plus grand assortiment d'huiles d'olive et d'olives en vente ouverte. L'attractivité que représente le marché des produits à base d'olive de très haute qualité est reconnu et son succès est évident. Le projet d'Olive Shop joue sur un positionnement élevé et novateur de ses produits. L'idée même du produit est créative et fascinante avec de grandes chances de succès à long terme.

Füllemann AG, 9200 Gossau présente son projet "Fin à la tactique du sparadrap "

La pépinière Füllemann a été fondée en 1919 à Gossau/SG. Durant ces dernières années, une importante stagnation s'est manifestée dans la branche en entraînant une forte pression sur les prix. L'entreprise a donc décidé d'innover en se lançant dans l'entretien des jardins. Autant le projet que son concept ont fait l'objet d'un excellent travail de synthèse. L'extension de la palette des services par son adaptation à un nouveau champ d'activité - qui va de la pépinière initiale à l'entretien des jardins - est innovante et prometteuse.

Les nominés de la catégorie 2 (50 à 299 collaborateurs)

Escor Automates SA, 3186 Düringen/Guin FR présente son projet "Suisse Jass"

En 1993, le peuple suisse a voté une nouvelle autorisation d'établissement de casinos sur le sol helvétique. Cette modification des bases légales a contraint les producteurs et les distributeurs de machines à sous à développer des nouveaux produits. Le défi a été brillamment relevé. Des alternatives ont été recherchées et un jeu d'adresse, correspondant aux exigences légales, a été habilement développé. Par un concept marketing clair et innovant, les objectifs ont donc pu être atteints par le lancement réussi d'un produit créatif.

Jura Elektroapparate AG, 4626 Niederbuchsiten, présente son projet "La fabrique au service transparent"

En juin 2002, l'incendie qui s'est déclaré dans l'usine Jura Appareils ménagers à Niederbuchsiten a incité l'entreprise à ne pas simplement reconstruire en l'état, mais à profiter de cette opportunité pour réaliser un projet de "fabrique au service transparent". Jura Electroménagers est le leader des automates à café de ménage et offre - comme centre de service - différents travaux de maintenance. L'introduction du concept de "fabrique au service transparent" pour les machines à café de Jura offre un concept unique de service pour le consommateur qui améliore la relation avec le client et contribue au renforcement de la motivation des collaborateurs.

Bio-Familia AG, 6072 Sachseln présente son projet "familia fit crisp"

Beaucoup de gens souffrent actuellement d'une surcharge pondérale en raison d'une mauvaise alimentation et d'un manque d'activités. Grâce à une nouvelle technologie, l'entreprise Bio-Familia a réussi à produire un produit à haute valeur nutritive contenant peu de graisse, mais riche en fibres alimentaires. Le lancement de ce produit "d'alimentation fonctionnelle" pauvre en graisse - et nouveau venu dans l'offre de cette gamme de produits sur le marché - a connu un réel succès. Les objectifs de vente ont pu être réalisés. Le concept pique l'intérêt par sa pratique de proximité.

Etablissement d'assurance des bâtiments de Berne, 3063 Ittigen présente son projet "plate-forme internet pour l'info-maison"

Malgré sa position de monopole, l'assurance des bâtiments de Berne se veut à l'écoute des propriétaires du canton de Berne en adaptant son offre de produits à leurs besoins. Les besoins de ses clients ont

été déterminés et ont servi de base au développement d'une plate-forme d'informations et de services "info-maison" sur l'internet. Ce nouveau canal de communication a trouvé un large écho auprès de la clientèle qui le consulte régulièrement. Ce projet est considéré comme une prestation de service dépassant la moyenne de la part d'une entreprise jouissant d'un monopole.

Les nominés de la catégorie 3 (dès 300 collaborateurs)

Sources Minérales Henniez SA, 1525 Henniez présente son projet "X-Drink"

A partir de 1980, l'entreprise s'est vue confrontée à un recul continu de la quantité et des chiffres d'affaires des softdrinks Fruitastic. L'objectif était dès lors de créer une nouvelle marque destinée aux jeunes, sans perdre pour autant les anciens consommateurs ainsi que d'informer de manière complète les restaurateurs. Le changement de marque de Fruitastic à X-Drink est réussi et l'assortiment des softdrinks bien positionné sur le marché. L'association X-Drink/X-Box-Generation a permis d'atteindre de nouveaux groupes-cibles de jeunes qui ont été facilement conquis par ce nouveau produit.

A. Hiestand AG, 8952 Schlieren présente son projet "Le premier pain congelé cuit au four à bois "

Hiestand AG a identifié le réel besoin des consommateurs à pouvoir disposer de produits de boulangerie traditionnels et authentiques, plus particulièrement en ce qui concerne le pain. Le produit proposé convainc par la combinaison réussie entre la formule moderne des produits congelés et la tradition d'authenticité. Le pain du four à bois séduit, bien qu'il soit congelé. Il a le mérite, pour le consommateur moderne, d'allier la notion de produit frais à celle de l'attachement à la nature. Le concept et sa réalisation ont été conduits de manière très professionnelle.

CFF, 3000 Berne présente son projet "Communication Marketing des CFF pour l'Expo.02 "

Pour les CFF, partenaires de Expo.02 et entreprise leader des transports publics au niveau national, il était évident que l'Exposition nationale serait le thème prioritaire de l'année 2002 et qu'elle offrirait des opportunités exceptionnelles. Les CFF ont rapidement saisi cette chance offerte par Expo.02 et ont su en profiter pour aborder avec succès de nouveaux groupes cibles dans la population suisse. L'utilisation optimale par ses services de la diversité des médias a séduit et les a conduits au succès. Plus de 61 % des visiteurs d'Expo.02 ont voyagé en train.

Tobler Management Holding AG, 8902 Urdorf présente son projet "Steiger-Bonus-Konzept"

Tobler Management Holding AG est, sur le marché suisse, le premier grossiste en matière de techniques pour la maison et de systèmes de chauffage. Dans un marché de techniques pour la maison en recul, l'entreprise Tobler s'est résolument tournée vers un changement de trend. Le concept Steiger-Bonus a dénombré des opportunités prometteuses. Son élaboration et sa réalisation séduisent par l'intégration réussie des différents partenaires de la Holding. Le procédé s'est révélé payant et a conduit à un renforcement de sa position de leader du groupe sur le marché suisse.

Les nominés de la catégorie "Organisations sans but lucratif"

Musée de la communication, Berne présente son projet "Nouveau positionnement du musée avec l'ouverture de l'exposition permanente "Aventure Communication"".

En 1997, le Musée des PTT ne faisait depuis peu plus partie de l'administration de la Poste. 2003 fut l'année décisive de sa rénovation. L'exposition permanente - produit central de cette institution - a été restructurée sans compromis selon les critères

d'exposition actuels les plus innovateurs. Le concept et sa réalisation méritent pleinement le label du professionnalisme. La communication du Musée est originale, percutante et unique pour cette branche en Suisse.

Genossenschaft Fontana Passugg, 7001 Coire présente son projet "10 ans d'ascension"

L'ancienne pension Fontana à Passugg a été léguée par testament à des handicapés de l'ouïe. Les bénéficiaires de cette donation ont décidé d'en faire une maison de formation et de rencontre pour les sourds et les malentendants. Le concept qui a vu le jour est tout-à-fait concluant et convaincant. Il a été réalisé de manière très professionnelle et sympathique en faisant appel à la collaboration de chacun. On y découvrira un engagement profond et attachant. La combinaison de l'initiative privée et du professionnalisme est fascinante et quelquefois fois surprenante dans sa réalisation. L'émotion nécessaire requise pour un tel projet est palpable.

Note aux rédactions:

Le texte original et complet des nominations et des motivations du jury (en allemand) se trouve (13.11.03 à partir d'environ 14h00) sous www.marketing-trophy.ch sous la rubrique Medieninformation puis Mitteilungen.

Contact:

Responsable de la communication du Marketing Trophy:

Markus Reck

RECK Communication

Rte des Préalpes 98

1723 Marly

tél. +41/26/481'46'88

Fax +41/26/481'46'89

E-Mail: contact@reck-com.ch

Internet: <http://www.marketing-trophy.ch>

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100001305/100468817> abgerufen werden.