

29.07.2009 – 15:50 Uhr

Migros dans les premières places en matière de réputation

Zürich (ots) -

Sous le titre BusinessReflector (2009), l'institut d'études de marché GfK Switzerland à Hergiswil a publié les résultats d'un sondage réalisé en collaboration avec l'Université de Zurich au sujet de 112 entreprises helvétiques. Cette enquête représentative menée auprès de 3400 Suisses portait sur des critères tels que l'image, la notoriété, la qualité et la capacité d'innover, ainsi que sur des aspects émotionnels et la promotion du développement durable. Au palmarès, Migros occupe le troisième rang.

S'agissant de développement durable et de valeurs émotionnelles, le jugement porté sur Migros est très favorable. Seul Swatch Group et Lindt & Sprüngli, qui figurent aux deux premières places au palmarès, jouissent selon l'étude d'image d'une renommée encore meilleure.

Depuis plus de vingt ans, l'étude BusinessReflector sonde la réputation de diverses entreprises suisses occupant le devant de la scène. Cette année, l'enquête a été menée en collaboration avec la Société suisse de marketing (GfM) et l'Université de Zurich, domaine de recherche «Public et société» (fög).

«Nous demandons aux participants leur appréciation sur des entreprises au regard de critères émotionnels et sociaux», explique Matthias Vonwil, de GfK Switzerland. Les questions portent sur des facteurs très divers tels que le capital de sympathie, la qualité des prestations ou la promotion du développement durable. Le bon classement de Migros ne surprend pas Matthias Vonwil dans la mesure où l'entreprise s'est toujours retrouvée dans les premières places au cours des années précédentes. «Les résultats des sondages ont révélé une fois de plus que la population suisse s'identifie fortement à Migros. Elle est proche des gens», affirme-t-il encore.

Par rapport à 2008, Migros est parvenue à améliorer encore sa réputation. Selon Matthias Vonwil, cela tient aussi à la crise économique et financière actuelle: «Cette année, les entreprises à l'ancrage régional et national fort se profilent nettement mieux que les multinationales.»

Contact:

Martina Bosshard, porte-parole FCM, tél. 044 277 20 67,
martina.bosshard@mgb.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100000968/100587326> abgerufen werden.