

02.06.2010 – 13:00 Uhr

Migros est la marque la plus forte de Suisse

Zürich (ots) -

Selon l'étude BrandAssetTM Valuator 2010 consacrée aux marques et réalisée par le groupe Young & Rubicam, Migros se trouve pour la première fois de son histoire en tête du classement des 20 marques les plus fortes de Suisse. Les valeurs et traditions helvétiques ont joué un rôle important dans le jugement porté sur les différentes marques par plus de 1100 personnes interrogées. Cette position de n° 1 est révélatrice de l'énorme capital de sympathie et de confiance dont jouit Migros auprès des Suisses. Le BrandAssetTM Valuator est l'enquête sur les marques la plus complète de notre pays.

Au cours des dernières années déjà, Migros a toujours figuré parmi les vingt marques les plus cotées de Suisse. En 2009, elle occupait le troisième rang et, aujourd'hui, elle s'est hissée à la première place. Ce brillant résultat est, pour Migros, une preuve manifeste que ses clients sont satisfaits de ses prestations. Il ressort aussi de l'étude consacrée aux marques que les personnes interrogées attachent à nouveau plus d'importance à la «suissitude» et aux valeurs traditionnelles, comme le prouve le classement favorable d'autres marques suisses connues.

Pour Herbert Bolliger, président de la direction générale de la Fédération des coopératives Migros (FCM), les efforts que déploie Migros sur le plan social, mais aussi en faveur de l'écologie et de la culture ont joué un rôle primordial dans le jugement du public: «Les consommateurs sont de plus en plus critiques et veulent connaître avec précision dans quel contexte un produit a été fabriqué et dans quelles conditions il a été acquis. Ils savent qu'ils peuvent s'approvisionner à Migros en toute bonne conscience», explique-t-il. Par ailleurs, le bon rapport prix-prestations, l'excellente qualité, le vaste choix et la fraîcheur des produits à Migros ont été décisifs aussi. Enfin, le Swissness et la tradition constituent également des valeurs que Migros cultive et met en évidence au travers de marques propres telle «Heidi» ou de labels du genre «De la région» ou TerraSuisse.

«Cette première place et les innombrables autres distinctions attribuées à Migros jusqu'à ce jour par le public et les professionnels, de même que de bons résultats commerciaux non seulement nous confirment que nous sommes sur la bonne voie, se réjouit Herbert Bolliger, mais encore nous incitent à chercher à nous améliorer chaque jour.»

La présence de la marque M-Budget aux côtés de Coca-Cola, de Toblerone et d'Ovomaltine parmi les 20 marques les plus fortes de Suisse en dit long sur la qualité et le succès de cette ligne de produits auprès de la clientèle.

Zurich, le 2 juin 2010

Contact:

Monika Weibel, porte-parole FCM, tél. 044 277 20 63,
monika.weibel@mgb.ch, www.migros.ch