

Les gagnants des Innovation Awards sont : Unilever, avec « Magnum Almond Remix », et Rivella, avec « Enertea » !

Pour la cinquième fois, Promarca a décerné deux Innovation Awards lors du forum Promarca à Interlaken. Les consommatrices et consommateurs suisses ont élu la glace Magnum Almond Remix, du groupe Unilever, comme leur produit préféré parmi les douze nouveaux lancements ayant généré les plus gros chiffres d'affaires. Ce produit a remporté le prix « Promarca Star of the Year ». Le prix « Promarca Explorer of the Year » a quant à lui récompensé le concept le plus surprenant, original et innovant. Un jury de cinq experts a ainsi élu « Enertea », de Rivella, comme l'innovation la plus originale parmi les 17 candidatures déposées.

L'innovation est indispensable à la survie des entreprises d'articles de marque, et elles en sont bien conscientes. C'est pourquoi l'industrie de l'article de marque investit dans la recherche et le développement et lance chaque année des milliers de nouveaux produits (7244 l'année dernière). Les Innovation Awards récompensent les membres de Promarca pour leur capacité d'innovation. Ces prix ont été remis par Monique Bourquin, présidente de Promarca, lors d'une cérémonie festive tenue dans le cadre du souper du forum Promarca.

« Star of the Year 2022 » : le favori des consommatrices et consommateurs suisses

Les consommatrices et consommateurs suisses ont choisi leur favori : 1000 consommatrices



et consommateurs ont été interrogés par NielsenIQ (Switzerland) GmbH et sont unanimes : leur produit favori est la glace « Magnum Almond Remix » du groupe **Unilever**. Thierry Mousseigne, CEO d'Unilever Suisse, a été ravi de recevoir ce prix : « Nous sommes très heureux d'avoir obtenu la distinction « Star of the Year » et de pouvoir de nouveau offrir à tant de consommatrices et consommateurs suisses, grâce à notre innovation Magnum de cette année, au quotidien un moment de plaisir tout à fait particulier. Chaque année, notre équipe développe avec nos partenaires de passionnantes innovations glacées. Une telle marque d'estime est, bien entendu, un très beau compliment. »

Top 12 : 1. Magnum Almond Remix | 2. Kägi Praliné des Alpes | 3. Frisco Extrême Cookie Cone Caramel | 4. Zweifel Kezz Indian Pepper & Sea Salt | 5. Volvic Essence Lime-Cassis | 6. Lenor Fleur de coton fraîche | 7. Focus Water Calm Rhubarb & Raspberry | 8. Canard Gel Action Intense Floral Moon | 9. Nivea Sun Luminous630® Anti-taches FPS 50 | 10. Valaisanne Sans Alcool | 11. Möhl Cider Clan Spritz Apple Cider | 12. Lingettes Bébé Harmonie Aqua Pampers

« Explorer of the Year 2022 » : l'innovation la plus originale et la plus surprenante

Pour la première fois de son histoire, l'entreprise de tradition suisse Rivella a lancé une nouvelle gamme de produits sous sa marque phare Rivella en dehors des boissons gazeuses rafraîchissantes au lactosérum. Enertea by Rivella est à base de thé et associe des plantes énergisantes d'Amérique du Sud à des herbes des Alpes suisses soigneusement sélectionnées.



Le processus de développement a débuté il y a plus de trois ans, lorsque le département Innovation du groupe Rivella a analysé les tendances les plus pertinentes en matière de boissons dans le cadre de plusieurs études axées sur les consommatrices et consommateurs. Les études de marché ont mis en exergue qu'il y a toujours des moments de fatigue et de déconcentration dans la vie de tous les jours, si frénétique et exigeante. Toutefois, les stimulants traditionnels tels que le café et les boissons énergisantes ne font souvent effet que pendant une très courte durée, contiennent beaucoup de sucre et d'additifs artificiels ou ne sont pas bons pour l'estomac.

Les consommatrices et consommateurs étant à la recherche d'une meilleure solution, Rivella a innové en développant et lançant Enertea, une boisson stimulante 100 % naturelle à base de thé, dont l'effet est durable grâce à la grande quantité de caféine végétale. La teneur en caféine équivaut à deux ou trois tasses d'espresso ou à une boisson énergisante classique. Les plantes miracles sud-américaines sont alliées à une sélection minutieuse d'herbes des Alpes suisses bio de haute qualité, qui donnent une saveur locale bien connue et assurent l'adéquation à la marque de tradition suisse Rivella.

Pour tous les critères (courage et risque, valeur économique et écologique ainsi que pertinence pour le consommateur), le produit a obtenu les meilleures notes du jury Explorer. Ce dernier était unanime : cette innovation a mérité de remporter le 1^{er} prix !

Erland Brügger, directeur de Rivella Group, a reçu avec fierté le prix « Explorer of the Year 2022 » lors du forum : « Je suis très heureux d'avoir obtenu cette distinction, qui est en premier lieu un grand compliment pour toute notre équipe. C'est avec beaucoup d'assiduité, de minutie et de passion que nos collaborateurs ont développé ce concept de A à Z et l'ont commercialisé. En tant que PME suisse, nous avons démontré notre capacité d'innovation et mis à la disposition des consommatrices et consommateurs une alternative naturelle et légère aux boissons énergisantes classiques. »

« **Alpro Shhh... This is not M*lk** », de Danone, s'est hissé à la 2^e place et « **Taft Overnight Wunder** », de Henkel & Cie, a décroché la 3^e place.

Jury d'experts : KARIN FRICK, responsable de la recherche au Gottlieb Duttweiler Institut (GDI) ; DOMINIQUE LOCHER, entrepreneur et pionnier du numérique ; CHRISTOPH MEISTER, directeur de BGW AG ; DANIEL KREBSER, Managing Director chez HYVE Innovation Switzerland ; YANNICK BÄCHTOLD ET ESTELLE ARNOLD, consommateurs de la génération Z.

Fondée en 1929, Promarca défend les intérêts de 105 fabricants d'articles de marque du domaine des biens de consommation en Suisse. Ces entreprises d'articles de marque réalisent ensemble un chiffre d'affaires annuel de près de 12,3 milliards de francs suisses, exportations comprises. En tenant compte des entités internationales dotées d'un siège en Suisse, l'industrie de l'article de marque génère plus de 30 000 emplois. Les fabricants d'articles de marque établissent des standards en matière d'innovation et de compétence produit, qui servent de référence à la concurrence. En 2021, les membres de Promarca ont lancé 7244 nouveaux produits de marque en Suisse. Tous les ans, ils investissent en Suisse des montants très élevés qui se chiffrent en millions, jouant ainsi un rôle important dans l'économie nationale.

**Les photos de la remise des prix seront disponibles dès le
3 novembre 2022 à 22 h 00 sur :**

<https://www.picdrop.com/dariagfeller/kosCdijsrs>

CONTACT

Anastasia Li-Treyer, directrice de Promarca

Les demandes de la presse peuvent être adressées par écrit à : info@promarca.ch.