

El Tony Mate remporte le prix Brand of the Year 2023

Promarca décerne le prix « Brand of the Year » pour la neuvième fois de son histoire. Les consommatrices et consommateurs sont unanimes – El Tony Mate est la marque la plus dynamique parmi les membres de l'association.

Pour déterminer le lauréat, Havas Suisse a établi le classement des marques les plus dynamiques et fiables de Suisse. Cette étude représentative de la population a été menée cette année auprès de 4539 personnes en Suisse romande et alémanique. L'enquête a porté sur 408 marques au total, dont des marques membres de Promarca. Suite aux résultats du sondage, c'est El Tony Mate, d'intelligentfood, qui a été élue marque la plus dynamique parmi les membres. El Tony Mate est un thé maté pur d'Amérique du Sud, fraîchement brassé selon le procédé Cold Brew. Son effet est non seulement rafraîchissant, mais aussi revigorant et booster de concentration. Une portion de thé maté El Tony Mate contient autant de caféine qu'une tasse de café.

Jonas Eliassen, CEO de Havas Switzerland, en parle très bien : « El Tony Mate a réussi à se positionner en tant que marque jeune et moderne sur le marché très concurrentiel des boissons. La plus dynamique des marques de Promarca est tout à fait dans l'air du temps, puisqu'elle produit des boissons à partir de quelques ingrédients seulement, d'origine naturelle, tout en adoptant une démarche écologique et en proposant une alternative saine aux boissons énergisantes. Elle répond donc à plusieurs exigences et besoins des consommatrices et consommateurs actuels, ce qui pèse lourd dans la balance du Brand Predictor. Autre point fort : El Tony Mate est une marque d'origine suisse. C'est habilement qu'elle surfe sur ces aspects de jeunesse, de fraîcheur et de racines helvètes dans ses activités de marketing et de promotion de la relève dans les domaines sportifs et musicaux. Tous ces facteurs participent au succès d'El Tony Mate et lui apportent le dynamisme nécessaire pour sa croissance fulgurante. »

Dans le cadre de la Journée de la marque, qui a eu lieu à l'hôtel Schweizerhof de Berne, la directrice de Promarca, Anastasia Li-Treyer, a remis le prix à Karl Schnyder, CEO d'intelligentfood Schweiz AG, qui était très fier de le recevoir. « Ce prix est un grand signe de remerciement adressé à notre jeune équipe et à l'ensemble de nos fans en Suisse. Cette distinction nous honore et nous mettrons tout en œuvre pour répondre aux attentes et surprendre encore et toujours notre communauté. Nous croyons dur comme fer à la stabilité sur le long terme des concepts de marque durables et authentiques. »

Promarca est heureuse de décerner ce prix chaque année et de célébrer les performances des marques de ses membres. La capacité d'innovation des membres de Promarca reste forte. En leur qualité de moteurs de l'innovation, ils posent de nouveaux jalons en matière de progrès économique et technique. L'année dernière, les membres de Promarca ont lancé 6474 nouveaux produits sur le marché suisse.

«Promarca Brand of the Year 2023»: Top Ten der dynamischsten Marken



1.



2.



3.



4.



5.



6.



7.



8.



9.



10.

Source : HAVAS Zürich, représentation propre

À propos de l'étude Havas Brand Predictor 2023 :

L'étude Brand Predictor, menée par Havas Suisse, est une méthode d'évaluation reconnue qui mesure la perception de 408 marques en termes de dynamisme et de confiance. Ces facteurs sont pertinents pour l'attractivité des marques et fournissent des indications sur les futures préférences en matière de marques. L'étude Brand Predictor de Havas est un outil stratégique qui rend les évolutions générales et les tendances des marques en Suisse visibles. Dans l'analyse détaillée, les contextes concurrentiels peuvent être étudiés en termes psychographiques et sociodémographiques. La représentation de la dynamique perçue et de la confiance suscitée s'appuie sur une question clé. D'une part, la marque est positionnée selon qu'elle gagne, perd ou reste au même niveau de popularité auprès de la population. Le résultat permet de calculer une valeur qui indique le dynamisme de la marque. L'évaluation de la confiance, quant à elle, étudie dans quelle mesure la marque est parvenue à tenir ses promesses jusque-là. Le sondage en ligne a été réalisé en février 2023 par l'institut Intervista AG auprès de 4539 personnes.

Promarca, l'Union suisse de l'article de marque, a été fondée en 1929 et s'engage pour la défense des valeurs représentées par les marques ainsi que pour des conditions-cadres favorables aux entreprises de marque en Suisse. Promarca est la voix engagée des marques et compte aujourd'hui 103 entreprises de renommée nationale et internationale parmi ses membres. L'année dernière, celles-ci ont réalisé un chiffre d'affaires de près de 14 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 près de 27 000 emplois. Tous les ans, elle investit en Suisse des montants qui se chiffrent en plusieurs millions, jouant ainsi un rôle important dans l'économie nationale.

Les photos peuvent être téléchargées en cliquant sur le lien suivant :

<https://www.picdrop.com/dariagfeller/G5iiLhjM2B>

Légendes : voir commentaires des photos

CONTACT

Anastasia Li-Treyer, directrice de Promarca
Nathalie von Dach, collaboratrice Communication

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

Promarca
Schweizerischer Markenartikelverband
Bahnhofplatz 1
3011 Berne
www.promarca.ch