

«Brand Indicator Switzerland» 2024 – La grande enquête auprès de la population Suisse

# Migros à nouveau la marque préférée des Suisses

*Migros retrouve son titre de marque préférée des Suissesses et Suisses. En revanche, en ligne, coop.ch est en tête, continuant son impressionnante progression. C'est ce que révèlent les résultats du "Brand Indicator Switzerland" 2024, une grande enquête représentative menée en Suisse alémanique et romande, auprès de 2'631 personnes, âgées de 16 à 65 ans. Le top-10 du classement des marques préférées en Suisse est dominé par des marques suisses de commerce de détail et de grande consommation comme Le Gruyère et Lindt, ainsi que par les grandes marques numériques comme WhatsApp et Google. Twint se loge également dans le top-10, devenant ainsi le moyen de paiement le plus populaire en Suisse. Les moins de 30 ans se démarquent par leur préférence pour les marques en lien avec le numérique, la mobilité, le sport et la mode.*









Migros a regagné sa première place - elle est à nouveau la marque la plus forte et la plus populaire auprès de la population suisse. Elle a particulièrement progressé chez les jeunes et en Suisse romande. Il convient de noter que l'enquête a eu lieu avant la décision de la direction de Migros de vendre plusieurs de ses sociétés, dont Hotelplan ou SportX et de supprimer 1500 emplois. Il sera intéressant de voir si cette stratégie aura un impact sur la popularité de la marque Migros dans le "Brand Indicator Switzerland" 2025.

En deuxième position, nous retrouvons le vainqueur de l'année précédente, WhatsApp, suivi de Google à la troisième place. Bien que Coop soit tombé à la septième place, son supermarché en ligne coop.ch a grimpé à la quatrième place du classement et est devenue la marque d'e-commerce la plus forte en Suisse. La progression de coop.ch est remarquable : classé 118ème en 2022 sous le nom de coop@home, puis 18ème en 2023, le supermarché en ligne a désormais dépassé sa marque mère Coop. Migros.ch, quant à lui, n'atteint que la 100ème place.

D'autres marques de commerce de détail obtiennent également de bons résultats : la sous-marque Migros "De la région, pour la région", nouvellement évaluée, se classe d'ores et déjà en 6ème position, alors que "Ma Région" de Coop est en queue de peloton (89ème place). En revanche, l'enseigne marque des points avec Coop Supercard (10ème place) et Coop Pronto, nouvellement évaluée, se hissant directement en 42ème position.

L'application de paiement suisse Twint a consolidé sa position dominante par rapport à d'autres moyens de paiement tels que PayPal (actuellement classée 16ème contre 122ème l'année précédente) ou Mastercard (actuellement classée 20ème contre 7ème l'année précédente) : elle occupe désormais la 5ème place, parmi les marques les plus importantes de Suisse ! Twint est une success story incontestable : lancée en 2017, cinq millions de personnes en Suisse utilisent désormais cette application de paiement.

## Les 10 marques préférées de la population suisse – 2023/24

1	 78.8 Migros	2	 77.9 Whatsapp	3	 75.0 Google	4	 72.4 coop.ch
5	 72.2 Twind	6	 71.5 De la région. Pour la région.	7	 71.1 Coop	8	 71.0 Le Gruyère
9	 70.6 Lindt	10	 70.5 Coop Supercard				

## Les 100 marques préférées de la population suisse – 2023/24

1 Migros	78.8	31 Viande Suisse	64.3	61 Raiffeisen	60.4	91 Betty Bossi	57.9
2 Whatsapp	77.9	32 Naturaplan	64.2	62 Télévision RTS	60.4	92 Apple	57.8
3 Google	75.0	33 Ovomaltine	64.2	63 Heinz	60.4	93 Canon	57.3
4 coop.ch	72.4	34 IKEA	64.0	64 Jumbo	60.3	94 Swatch	57.3
5 Twint	72.2	35 Migros Bio	63.7	65 Lidl	60.3	95 Coop Zeitung	57.0
6 De la région. Pour la région. (nouveau)	71.5	36 VISA	63.4	66 Suisse Tourisme	60.2	96 booking.com	57.0
7 Coop	71.1	37 SwissMilk	63.4	67 Samsung	60.0	97 Maggi	56.9
8 Le Gruyère	71.0	38 Lego	63.3	68 Victorinox	60.0	98 Stadt Luzern (neu)	56.9
9 Lindt	70.6	39 Kägi	63.1	69 Spotify	59.9	99 Die Mobiliar	56.8
10 Coop Supercard	70.5	40 Swiss	63.0	70 Landi	59.8	100 migros.ch (neu)	56.8
11 La Poste	69.8	41 Tempo	62.7	71 PostFinance	59.8		
12 Wikipedia (nouveau)	69.2	42 Coop Pronto (nouveau)	62.6	72 Emmentaler (fromage)	59.7		
13 Migros Cumulus	69.1	43 Ragusa	62.6	73 Nike	59.5		
14 M-Budget	68.8	44 Toblerone	62.5	74 Aldi Suisse	59.4		
15 YouTube	68.6	45 Kambly	62.5	75 Dosenbach	59.1		
16 PayPal	68.4	46 Swisscom	62.4	76 Sony	58.9		
17 Zweifel	68.4	47 galaxus.ch	62.4	77 Electrolux	58.9		
18 CFF	67.7	48 Bio Suisse	62.3	78 Migros DO IT+GARDEN	58.9		
19 Swiss made	67.4	49 Nivea	62.0	79 Fromage Suisse (nouveau)	58.8		
20 Mastercard	66.2	50 M-Electronics	61.6	80 Wernli	58.8		
21 Barilla	66.0	51 Coop City	61.6	81 Netflix	58.8		
22 Coop Qualité & Prix	66.0	52 Appenzeller (fromage)	61.4	82 Manor	58.8		
23 Thomy	65.7	53 Chocolat Frey	61.4	83 Miele	58.5		
24 Emmi	65.2	54 digitec.ch	61.3	84 Adidas	58.5		
25 Denner	65.1	55 Samsung Galaxy	61.3	85 Banque Cantonale	58.5		
26 IP Suisse	64.8	56 Max Havelaar	61.1	86 Rivella	58.4		
27 Cailler	64.6	57 Interdiscount	61.1	87 Ramseier	58.3		
28 Ricola	64.5	58 Maestro	61.0	88 20 Minutes	58.3		
29 Microsoft	64.4	59 Fairtrade	60.7	89 Ma region (nouveau)	58.1		
30 Prix Garantie	64.4	60 TCS	60.7	90 Philips	58.0		

Quelques grandes gagnantes du Top-100 :

- Lindt (de la 17ème à la 9ème place)
- PayPal (de la 122ème à la 16ème place)
- Viande Suisse (de la 53ème à la 31ème place)
- Swiss Milk (de la 80ème à la 37ème place)
- Kägi (de la 60ème à la 39ème place)
- Swiss (de la 65ème à la 40ème place)
- digitec.ch (de la 81ème à la 54ème place)
- Samsung Galaxy (de la 103ème à la 55ème place)
- Raiffeisen (de la 114ème à la 61ème place)
- Nike (de la 108ème à la 73ème place)
- Canon (de la 116ème à la 93ème place)
- Maggi (de la 133ème à la 97ème place)

Le système de paiement numérique PayPal réalise la plus grande progression en termes de pertinence et de popularité, progressant de plus de 100 places et laissant Mastercard derrière lui. De plus, Raiffeisen est de retour dans le top-100 (passant de la 114ème à la 61ème place) - et est désormais la banque la mieux classée devant PostFinance (71ème place) et les banques cantonales (78ème place). Samsung Galaxy effectue également un grand bond en avant, passant de la 103ème à la 55ème place et dépassant pour la première fois son rival, iPhone (103ème place). Après avoir perdu du terrain au cours des dernières années, les marques "Viande Suisse" et "Swiss Milk" font partie des grandes gagnantes du

classement 2024. Une étude de marques ne se limite pas seulement à son classement final, mais également au développement de la marque au fil du temps. L'augmentation de la valeur de "Viande Suisse" (de 59,8 à 64,3 points) et de "Swiss Milk" (de 56,8 à 63,4 points) est d'autant plus remarquable. Le sentiment de suissitude, d'appartenance ainsi que le désir de perspectives semblent gagner en importance dans un monde de plus en plus rapide et complexe.

Parmi les plus grandes perdantes (en termes de classement), on remarque que YouTube disparaît du Top-10 (passant de la 5ème à la 15ème place) et que la période faste de Netflix est révolue (de la 46ème à la 81ème place). Caran d'Ache, fleuron de l'industrie romande, à la 101<sup>ème</sup> place du classement, sort du top-100 des marques préférées suisses. Les marques de médias traditionnels continuent également de subir des pressions : Radio RTS chute de la 69ème à la 106ème place, la télévision RTS de la 42ème à la 62ème place et 20 Minutes de la 58ème à la 88ème place. Les marques de réseaux sociaux Instagram, Facebook et TikTok n'ont même pas réussi à figurer parmi les 100 marques préférées de la population suisse.









### Les marques du futur

Quelles seront les marques phares du futur ? Quelles marques ont le plus grand potentiel de croissance ? Pour répondre à ces questions, le "Brand Indicator Switzerland" sollicite l'opinion des Influential Opinion Leaders (IOL). Il ne s'agit pas nécessairement d'influenceurs, mais de personnes en avance sur leur temps, sensibles aux marques, influentes dans l'établissement des tendances et ayant un impact important autour d'elles. L'âge des IOLs varie de 16 à 62 ans, avec une moyenne d'âge de 32 ans. Plus la différence entre l'opinion de la population générale et celle des IOLs est grande, plus les chances de croissance exceptionnelle de la marque concernée sont élevées. Les plus grandes différences sont observées chez X (anciennement Twitter) et Canal+, promettant une belle progression de la marque française sur le marché suisse.

Quelques marques avec le plus grand potentiel de progression :

X +45.3  
 Canal+ +41.7  
 Bitcoin +37.8  
 Fifa +36.9  
 TikTok +36.3  
 Snap Chat +35.3  
 AliExpress +33.5  
 Apple TV +33.3

### Les villes les plus populaires dans la population suisse 2023/24

1		62.2 Lucerne	2		61.4 Berne	3		56.5 Zurich	4		54.9 Lausanne
5		53.9 Bâle	6		53.2 Genève	7		52.8 St. Gallen	8		50.3 Winterthur

Pour la première fois cette année, le "Brand Indicator Switzerland" a collecté des données à propos de la popularité des villes suisses. La ville de Lucerne remporte la médaille d'or, suivie par la ville de Berne et la ville de Zurich. Les villes de Suisse romande arrivent ensuite, Lausanne étant plus appréciée par les Suisses et les Suissesses que Genève.

Les places de 4 à 8 sont en effet occupées par Lausanne, Bâle, Genève, St-Gall et Winterthur. Les jeunes ont une image légèrement différente : Berne est la ville suisse la plus prisée des moins de 30 ans, suivie de Zurich et de Lucerne. Lausanne, Genève, St-Gall, Bâle et Winterthur occupent les places suivantes dans le classement.

**A propos de la méthodologie derrière le « Brand Indicator Switzerland »**

Le Brand Indicator Switzerland (BIS, [www.brandindicator.ch](http://www.brandindicator.ch)) est la seule étude de marques suisse à mesurer les deux facteurs décisifs pour le succès effectif d'une marque : a) l'émotion (« Veuillez évaluer à quel point vous appréciez ou n'appréciez pas la marque suivante ») et b) la pertinence (« Quelle est ou quelle sera l'importance de cette marque dans votre vie ?»). Au total, 320 marques ont été évaluées.

Le "Brand Indicator Switzerland" est une enquête en ligne représentative de la population selon la région linguistique, l'âge et le sexe, menée auprès de 2'631 personnes (Suisse alémanique / Suisse romande) âgées de 16 à 65 ans.

L'enquête a été réalisée du 21 au 30 novembre 2023.

Les initiateurs sont bodin.consulting, deeprue, furrerhugi et Converto.

**Personne de contact:**

Frank Bodin, bodin.consulting, téléphone : +41 78 7777 007