

**MARQUE SUISSE DE L'ANNÉE 2019/20**

# **Le Moniteur Suisse des marques**

**Satisfaction de la clientèle**

**Segment de produit : Bonbons**

## Le Moniteur des marques : Résultats „Bonbons“

---

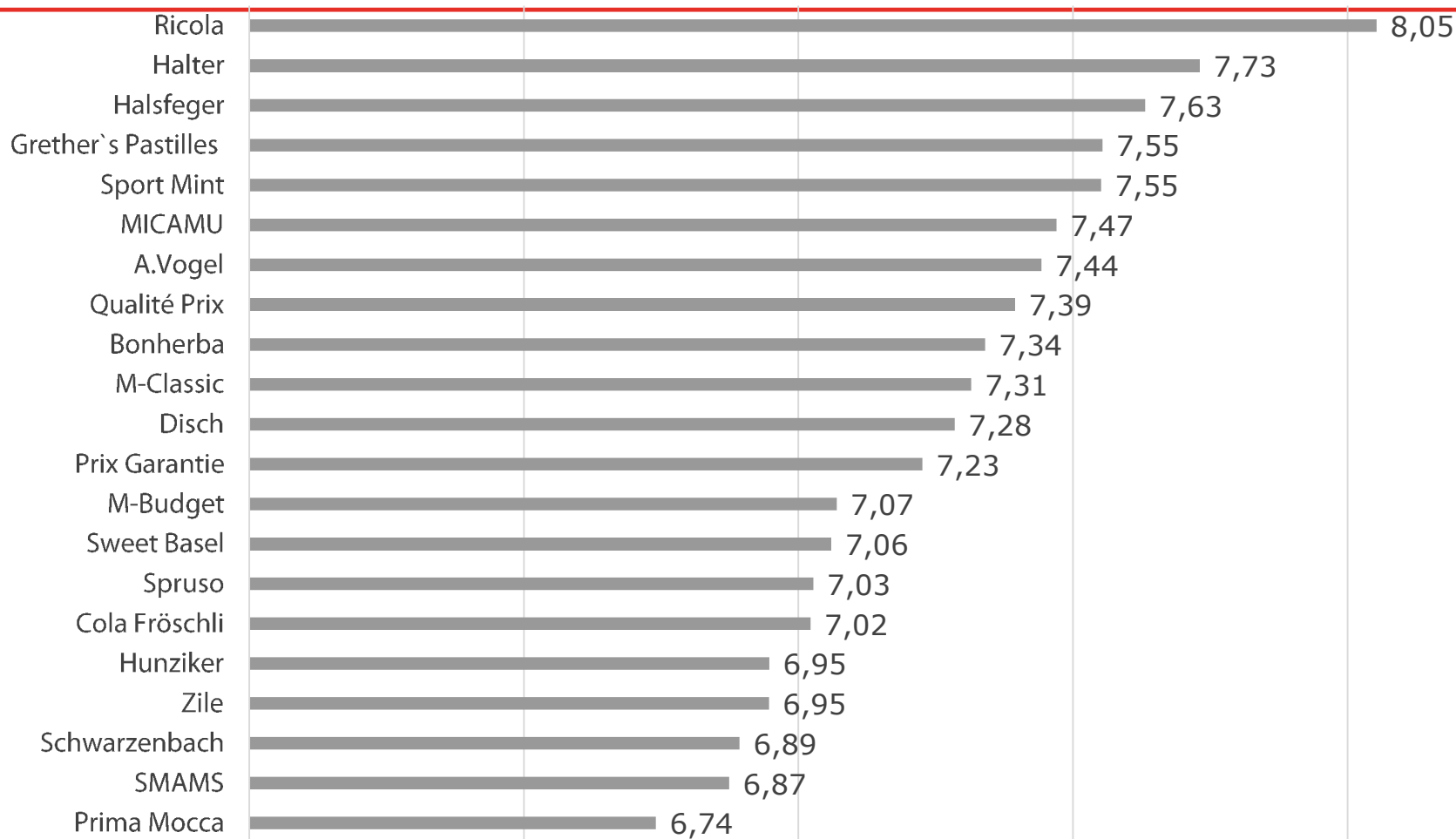
Dans le cadre du "Monitor des marques : Satisfaction de la clientèle", près de 3'000 consommateurs suisses ont été interrogés sur plus de 350 marques suisses appartenant à 23 segments de produits. La qualité, le rapport qualité-prix et, dans certains secteurs, le caractère innovant des marques ont été évalués. En outre, il a été déterminé dans quelle mesure les consommateurs font confiance aux marques respectives.

Vous trouverez ci-dessous les résultats du segment de produits "Bonbons", dans lequel plus de 2'800 notes ont été attribuées pour un total de 21 marques sur une échelle de 10 degrés (1 = très mauvais/10 = très bon).

La satisfaction totale des clients (p.3) est la moyenne pondérée des sous-catégories présentées dans le profil (p.6).



Outre les marques ayant obtenu la meilleure note ("1ère place"), les marques du TOP 5 ont également obtenu la note globale et les sous-catégories "Excellent" - et ont été nommées MARQUES SUISSES DE L'ANNEE 2019/20.

## Classement de la satisfaction client (résultat global)



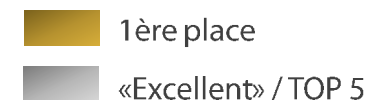
Valeurs de score sur l'échelle de 10 (très bon) à 1 (très mauvais). Satisfaction de la clientèle comme moyenne pondérée des sous-catégories présentées dans le profil (p.6).

## Comparaison des résultats (1/2)

 1ère place  
 «Excellent» / TOP 5

	A.Vogel	Bonherba	Cola Fröschli	Disch	Grether's Pastilles	Halsfeger	Halter	Hunziker	M-Budget	M-Classic
<b>Satisfaction client</b>	7,44	7,34	7,02	7,28	7,55	7,63	7,73	6,95	7,07	7,31
<b>Qualité</b>	7,76	7,38	7,08	7,44	7,88	7,83	7,94	6,97	6,81	7,33
<b>Rapport qualité-prix</b>	6,87	7,23	6,94	7,03	6,93	7,28	7,31	6,88	7,49	7,20
<b>Confiance client</b>	7,52	7,41	7,01	7,28	7,67	7,67	7,84	6,98	7,08	7,44

## Comparaison des résultats (2/2)



	MICAMU	Prima Mocca	Prix Garantie	Qualité Prix	Ricola	Schwarzenbach	SMAMS	Sport Mint	Spruso	Sweet Basel	Zile
<b>Satisfaction client</b>	7,47	6,74	7,23	7,39	8,05	6,87	7,55	7,03	6,89	7,06	6,95
<b>Qualité</b>	7,57	6,72	7,01	7,41	8,29	6,91	7,70	7,12	7,13	7,20	7,00
<b>Rapport qualité-prix</b>	7,34	6,81	7,59	7,31	7,54	6,83	7,24	6,94	6,50	6,80	6,89
<b>Confiance client</b>	7,40	6,68	7,23	7,48	8,23	6,84	7,65	6,94	6,89	7,10	6,90

## Fiche analytique de l'étude

### DÉMARCHE

<b>Méthodologie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enquête de satisfaction client basée sur un panel d'accès en ligne</li> <li>• 2'933 Panélistes - 53,4% m / 46,6% f – âge : 18-65 ans</li> <li>• Nombre total de réponses : 51'067</li> <li>• Collecte des données : septembre 2019</li> </ul>
<b>Réalisation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Catégorie Bonbons : 2'805 commentaires pour 21 marques</li> <li>• Évaluation des éléments de la sous-catégorie (voir à droite) sur une échelle de 10 niveaux</li> <li>• Nomination des marques uniquement si au moins 100 évaluations sont disponibles</li> </ul>
<b>Évaluation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfaction de la clientèle en tant que valeur moyenne pondérée des sous-catégories</li> <li>• Les marques ayant le score le plus élevé (total ou catégorie) sont en tête du label "1ère place" (+ catégorie)</li> <li>• La désignation "Excellent" indique les 5 premières marques dans le classement général et dans les sous-catégories</li> </ul>

### SATISFACTION CLIENT

<b>Critères</b>	<b>Pondération</b>
Qualité	50%
Rapport Qualité-Prix	30%
Confiance client	20%
Total	<b><u>100%</u></b>

## Profil de l'ISTQ

---

L'Institut Suisse des Tests Qualité (ISTQ) poursuit deux objectifs :

- Assister les consommateurs dans leurs décisions - sur la base d'analyses objectives
- Accompagnement des entreprises dans l'amélioration de la qualité de leur conseil, de leur service et de leurs produits - sur la base de comparaisons concurrentielles objectives

La méthodologie de recherche est choisie en fonction des objets testés. D'une part, des méthodes de test objectives sont utilisées, par exemple des tests selon des procédures uniformes, des analyses de laboratoire et des évaluations mystères. Des méthodes subjectives sont également utilisées, telles que des enquêtes représentatives auprès des clients ou des acteurs du marché.

L'ISTQ est totalement indépendant des entreprises testées et mène toutes les enquêtes en toute neutralité sur la base de critères développés par des experts.