

26.05.2011 - 13:00 Uhr

Les fabricants d'articles de marque atteignent un chiffre d'affaires de CHF 13,5 milliards

Zurich (ots) -

En 2010, le chiffre d'affaires net des 100 entreprises membres de l'Union suisse de l'article de marque Promarca s'est élevé à CHF 13,5 milliards. C'est ce qu'a déclaré l'organisation à l'occasion de la 82e assemblée des membres à Zurich lors de la «Journée de la marque». La grande concentration des pouvoirs dans le commerce de détail suisse est une source de préoccupations.

La directrice Anastasia Li-Treyer a révélé des nouvelles réjouissantes: l'an dernier, sept entreprises reconnues ont rejoint l'Union suisse de l'article de marque Promarca, qui défend désormais les intérêts de 100 membres. Ces 100 entreprises ont réalisé en 2010 un résultat net de CHF 13,5 milliards, emploient 19'000 collaboratrices et collaborateurs, dirigent 1964 marques actives et investissent chaque année presque CHF 1 milliard en marketing et ventes, ainsi qu'1% de leur chiffre d'affaires en «social sponsoring». À cela viennent s'ajouter des dépenses en recherche et développement, afin de proposer à la vente des produits innovants. «Cela prouve que les fabricants d'articles de marque sont d'une importance capitale pour la place économique suisse», a conclu Li-Treyer, «et qu'il est d'autant plus nécessaire de faire respecter des règles du jeu correctes entre le commerce et l'industrie.» En effet, l'un des principaux problèmes des fabricants d'articles de marque suisses est la concentration au sein du commerce de détail suisse, selon le sondage actuel «Baromètre Promarca 2011»: 64% des PDG considèrent le duopole de Migros et Coop comme le plus grand défi de leur environnement commercial. Comme l'explique Anastasia Li-Treyer: «Alors que ces deux enseignes de la grande distribution disposent d'un vaste choix de fournisseurs d'articles de marque, Coop n'offre pour l'instant aux fabricants d'articles de marque qu'un canal général, ce qui provoque un déséquilibre des forces et des négociations.»

Rolf Dubs, professeur émérite à l'HSG, a apporté une réponse à la question «crise économique et financière: que doivent retenir les entreprises?» durant la partie de l'assemblée ouverte au public. «Le profit est une condition fondamentale du succès d'une entreprise. Toutefois, les stratégies d'entreprises visent de plus en plus un profit élevé à court terme, ce qui entraîne des conséquences néfastes», a affirmé R. Dubs. Cet état d'esprit figure entre autres parmi les causes de la crise économique et financière. «Il est donc aujourd'hui nécessaire de tabler sur un profit durable à long terme et de fixer des objectifs clairs, qu'il s'agisse du secteur écologique, social ou stratégique.»

Joe Müller, président de Promarca, souligne que ce sont les fabricants d'articles de marque qui fournissent constamment le marché en améliorations créatives, rénovations contemporaines et innovations séduisantes. Ainsi, la marque constitue une réelle valeur ajoutée pour le client. «Une concurrence libre, juste et opérationnelle est une condition fondamentale, dans l'intérêt de tous», a conclu J. Müller.

Fondée en 1929, l'Union suisse de l'article de marque Promarca défend les intérêts de 100 entreprises-membres dans le domaine des biens de consommation (Food/Near food) qui réalisent un chiffre d'affaires de CHF 13,5 milliards et s'engagent en faveur d'une concurrence libre, juste et opérationnelle. Ces fabricants d'articles de marque emploient plus de 19'000 collaboratrices et collaborateurs en Suisse.

Contact:

Promarca, Union suisse de l'article de marque
Anastasia Li-Treyer, directrice
Patrick Eigenmann, communication/RP

Demandes écrites de la presse à: a.li@promarca.ch
Contact téléphonique le 26 mai: +41/79/949'80'34

www.promarca.ch
www.entreprises-marques.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100016253/100625770> abgerufen werden.