



## **Reader's Digest «Most Trusted Brands 2016» Volkswagen a été élue «Marque la plus digne de confiance»**

**Pour la 16<sup>e</sup> fois, le magazine Reader's Digest a réalisé auprès des consommateurs dans toute l'Europe l'enquête consacrée au sujet de la confiance envers les marques. Malgré la thématisation des émissions de gaz d'échappement, Volkswagen a réussi à s'assurer la première place en Suisse dans la catégorie de produits «Automobile», devenant ainsi, pour la sixième fois déjà, la marque automobile la plus digne de confiance de Suisse.**

Les résultats de l'étude de cette année «Most Trusted Brands 2016» à laquelle environ 1 800 consommateurs suisses ont participé ont été rendus publics. L'étude a montré que les consommateurs suisses restent fidèles à une marque forte à la longue tradition comme Volkswagen et lui accordent leur confiance, même pendant les périodes difficiles.

La question concernant la marque la plus digne de confiance a été déterminée en tenant compte de différentes caractéristiques. Le niveau de qualité atteint grâce à la bonne conception et à la bonne finition des produits, la contrevalet pour le prix, l'image portée par un message de marque cohérent ainsi que les connaissances sur les besoins des clients permettent de mesurer la confiance en la marque. «La nomination au rang de marque automobile la plus digne de confiance est une distinction qui, sur l'arrière-plan de la thématisation des émissions de gaz d'échappement, nous réjouit particulièrement car elle nous confirme que les consommateurs suisses continuent de faire confiance à VW. En même temps, elle nous incite à surprendre nos clients de manière positive par la qualité de nos prestations», déclare Oliver Stegmann, le chef de la marque Volkswagen.

1. avril 2016, communication de Volkswagen

### **Informations sur l'étude «Most Trusted Brands» de Reader's Digest**

«Most Trusted Brands» est une étude indépendante qui, depuis 2001, mesure chaque année la confiance accordée aux marques par les consommateurs. Elle fait partie des études de consommation les plus importantes et les mieux établies, a une fonction de pionnier pour d'autres études de ce genre et est reconnue comme outil d'observation des marques. L'approche qui consiste à poser la question sur les marques sans support, c'est-à-dire sans la moindre ingérence des marques, est unique en son genre. Seuls les consommateurs révèlent quelle est la marque de confiance qui a leur préférence absolue. Les 1 800 personnes qui ont été interrogées en Suisse cette année par Reader's Digest ont désigné en tout 1 931 marques différentes qu'elles trouvent à titre personnel particulièrement dignes de confiance.

**AMAG Automobil- und Motoren AG**  
**Volkswagen Kommunikation**

Livio Piatti

Chef PR

Aarauerstrasse 20

5116 Schinznach-Bad

Téléphone 056 463 94 61

Téléfax 056 463 95 17

E-mail: [vw.pr@amag.ch](mailto:vw.pr@amag.ch)

Internet: [www.volkswagen.ch](http://www.volkswagen.ch)

