

COMMUNIQUÉ

La durabilité et l'innovation rentables également en marketing: **SAM remporte le "Marketing Trophy 2011" dans la catégorie des grandes entreprises**

Hier, à Lucerne, dans le cadre de la Journée suisse du marketing, le jury de spécialistes a récompensé des projets de marketing innovateurs dans quatre catégories. Dans la catégorie «Grandes entreprises», le projet obtenant la plus haute distinction, "Foresight in Sustainability. Foresight in Investments." de SAM, a convaincu le jury par une communication marketing cross-media intégrée, présentant un caractère innovant et globalement opérationnelle.

SAM est une boutique d'investissement qui se concentre uniquement sur les investissements durables. Sa philosophie d'investissement fondamentale repose sur la conviction que les mégatrends dans le domaine de la durabilité influencent la situation compétitive, car ils entraînent avec eux des chances et des risques de durabilité à long terme pour l'entreprise.

Grâce à sa concentration exclusive et de longue date sur les sujets touchant à la durabilité et à sa vaste expertise ainsi acquise dans les investissements durables, SAM peut prétendre à une position unique sur le marché ainsi qu'au "Thought Leadership" en "Sustainability Investments" et "Corporate Sustainability".

Le concept du gagnant sous la loupe

Le projet d'Euro RSCG Zürich et SAM a convaincu parce que la stratégie de marketing et le positionnement représentent l'unicité de SAM de manière claire, précise et pertinente pour le marché et qu'il garantit en même temps une différenciation par rapport à la concurrence. La stratégie de communication repose sur des piliers solides et cohérents afin de répondre à tous les besoins de communication au niveau de l'entreprise et du produit.

L'établissement de soi-disant «niveaux tactiques», crée en outre pour SAM de nouvelles possibilités de couvrir en priorité certains sujets et d'apporter un soutien d'actualité au "Thought Leadership". Les informations de SAM délivrées par différents canaux, sont toujours significatives pour le marché et actuelles; elles sont exploitées aussi bien par les clients que par les médias.

Marco Bernasconi, président du jury: «Le jury rend honneur à l'exceptionnelle prestation marketing de SAM parce que les responsables ont réalisé à temps qu'il n'est pas possible de s'appuyer uniquement sur une stratégie de produit unique; mais que, dans le marché fortement agité de l'investissement, la communication adéquate d'un profil de différenciation est également une condition de survie.»

Katja Breitenmoser, Head of Marketing, SAM: «Dans un environnement de concurrents financièrement solides, SAM réussit à établir un profil de marque clair et différenciateur. Grâce à une gestion de marque rigoureuse par tous les instruments du marketing-mix transportant l'idée de base "Sustainability Foresight", la boutique d'investissement originale devient une marque mondiale reconnue.»

Peter Schaefer, Planning Director, Euro RSCG Suisse: «Le projet convainc par un positionnement et une image de marque qui brisent les conventions du marché. Il intègre des mesures de communication exceptionnelles, des activités innovatrices et d'actualité ainsi que des plateformes marketing classiques uniques au monde ou numériques.»

Mix d'outils et de mesures efficace

A côté de publications thématiques aux contenus de qualité scientifiques et attrayants, SAM a également produit des webcasts sur des sites originaux pour des promotions de produits. Des analystes et managers de portefeuilles ont été interviewés sur le «lieu de l'action». Comme, par exemple, la vidéo sur le thème des

énergies renouvelables tournée sur le toit recouvert de cellules solaires d'une école ou le film sur le fonds pour les eaux tourné dans les canalisations de Zurich, sous la Paradeplatz.

Dans ses publicités, SAM travaille également au moyen de testimoniaux. Par la mise en scène d'événements autour de la marque, non seulement le produit est mis en avant, mais la notoriété de la marque en est accrue (d'une pierre deux coups). Les anecdotes évoquent des technologies durables et innovatrices et, grâce à la visualisation utilisant des pictogrammes, peuvent être simplement créées par les collaborateurs eux-mêmes; elles conviennent à tous les secteurs des affaires (Asset Management, Indices et Private Equity) tout comme cartes de Noël.

En plus de cela, la distinction «SAM Awards» introduite il y a quatre ans et qui est remise dans le cadre du "SAM Sustainability Yearbook" publié chaque année, est devenue depuis un sigle de qualité reconnu dans le monde entier et utilisé par des entreprises leaders pour affirmer leur réputation.

Rôle pionnier attesté

Le leadership du marché est ainsi renforcé par l'utilisation de relativement peu de moyens. Selon une enquête auprès du groupe-cible (B2B) 98% des personnes interrogées associent spontanément SAM avec "Sustainable Investment", une solution d'investissement à long terme, optimisant le profil rendement-risque des investissements financiers. 90% considèrent SAM comme „Thought Leader“ en „Sustainability Investments“ et „Corporate Sustainability“.

La durabilité est fortement ancrée dans l'ADN de l'entreprise. Le positionnement, la stratégie de communication marketing, la présentation de la marque et des différentes mesures découlent de l'ADN de l'entreprise; ils sont portés par les collaborateurs et, par conséquent, représentent des vecteurs solides à long terme.

Plus amples informations:

SAM
François Vetri
Head of Corporate Communications
T: +41 44 653 10 02
E: com@sam-group.com
W: www.sam-group.com

Euro RSCG Zürich
Peter Schaefer
Planning Director
T: +41 44 466 67 43
E: peter.schaefer@eurorscg.ch
W: <http://www.eurorscg.ch>

A propos de SAM

SAM est une boutique d'investissement qui se concentre uniquement sur les investissements durables. Son offre comprend les "Asset Management", "Indices" et "Private Equity". SAM permet aux investisseurs institutionnels et aux intermédiaires financiers d'Europe, des USA et de l'Asie du Pacifique, l'accès à différentes stratégies orientées sur un ou plusieurs thèmes ainsi qu'à des stratégies d'investissement centré sur la durabilité. En coopération avec le "Dow Jones Index", SAM publie et met sous licence les "Dow Jones Sustainability Indexes (DJSI)" mondialement reconnus ainsi que des "Sustainability Benchmarks" sur mesure. Dans le cadre du "Corporate Sustainability Assessment", SAM analyse chaque année plus de 2000 entreprises cotées en Bourse. Au cours des années, il en est résulté la plus grande banque de données du monde concernant la durabilité. Les résultats de ses propres recherches ainsi que les données sur la durabilité profitent intégralement aux solutions d'investissement proposées par SAM.

SAM appartient à Robeco, "Asset Manager" fondé en 1929 qui propose une vaste gamme de produits et services d'investissement. Robeco se consacre au [Responsible Investing](#) et applique à l'intérieur du groupe ses principes en la matière. Au sein de Robeco, SAM représente le centre de compétences pour le "Clean Tech Private Equity". Sur le marché national suisse, SAM représente Robeco et est chargée de la vente, du service client et du marketing pour la maison-mère. Robeco, à son tour, est une filiale du groupe Rabobank, noté AAA (S&P). SAM, dont le siège est à Zurich, a été fondée en 1995 et occupe plus de 100 collaborateurs. Au 31 décembre 2010, SAM gère un volume de fortunes d'une valeur d'environ 14,7 milliards de CHF.

A propos d'Euro RSCG Zürich

La passion du groupe d'agences à l'étoile comme logo: faire des marques des stars. Le succès des clients, de nombreuses acquisitions de nouveaux mandats ainsi que d'innombrables distinctions — des cubes ADC à l'or EFFIE et jusqu'aux Lions de Cannes et au Grand Prix Eurobest — font, à leur tour, la réussite d'Euro RSCG Zürich et Genève. L'agence principale Euro RSCG Zürich dispose d'unités intégrées pour le marketing direct et en ligne, la production, les médias et la promotion de talents. Selon le modèle d'agence "Power of One", elle offre ses compétences multidisciplinaires à une seule et même adresse. RSCG Zürich et Euro RSCG Genève franchissent la «barrière des röstis» et font partie des agences de pointe de la branche: le groupe est membre de *bsw leading swiss agencies*; il est considéré actuellement comme le plus couronné de succès en Suisse.