

Solo l'amore conta: Audi è il marchio automobilistico «most loved» della Svizzera

- **Audi ottiene i valori migliori nello studio BrandAsset Valuator 2024**
- **9600 svizzeri sono stati intervistati su oltre 600 marchi**
- **I quattro anelli sono il «most loved brand» nel settore automotive**
- **Lo studio BAV è stato sviluppato e condotto da Wunderman Thompson**

Cham/Zurigo, 14 febbraio 2024 – L'amore fedele costituisce il valore di un marchio. Una fedeltà che da 55 anni unisce Audi a Swiss-Ski e un amore che ha portato ancora una volta il marchio premium a raggiungere risultati eccellenti nella classifica dei marchi BAV e che lo rende il marchio automobilistico «most loved» in Svizzera. Innovazione, design, tecnologia o esperienze indimenticabili: è l'amore per le sfide che spinge Audi ad abbattere i limiti del fattibile e a spianare la strada verso una nuova era.

Dal 1995, il BrandAsset Valuator™ viene condotto ogni anno e rappresenta quindi lo studio sui marchi più ampio e completo della Svizzera. 9600 svizzere e svizzeri vengono intervistati per la classifica dei marchi BAV relativamente a oltre 600 marchi. Oltre a una serie di attributi legati all'immagine, l'attenzione si concentra soprattutto sulla forza del marchio e sul cosiddetto «brand love».

Un cuore per la performance e il futuro

Audi è stata eletta ancora una volta «most loved brand» nel settore automobilistico e non solo prosegue la sua storia d'amore, ma aumenta ulteriormente la distanza dagli altri marchi premium. In qualità di marchio premium innovativo e progressista, Audi continua a entusiasmare ogni volta. Audi non è solo un nome sulla strada, ma un'identità che si annida nel cuore di coloro che condividono la passione per la performance e per il futuro. L'orientamento ai clienti, la comunicazione di marketing armoniosa, le esperienze indimenticabili e le campagne pubblicitarie emozionali in TV, sulla stampa, online e sui social media creano un legame emozionale tra la clientela svizzera e Audi, che viene rafforzato dal design e dalla tecnologia.

Audi e Swiss-Ski: compagne fidate

Anche le partnership di lunga data rendono Audi una compagna fidata. Da 55 anni Audi Svizzera sostiene la Federazione svizzera di sci Swiss-Ski. Da 55 anni, il loro connubio è sinonimo di potenza, efficienza e performance, ma anche di sostenibilità e avanguardia della tecnica. Entrambe sono accomunate dall'amore per le sfide, che le spinge a oltrepassare i limiti del fattibile, sia in pista che su strada. Ogni dettaglio della casa automobilistica di Ingolstadt è una lettera d'amore al futuro e un'ode alla tecnologia, che si tratti di visionarie concept car della famiglia Sphere o di esperienze uniche del marchio nell'ambito della popolare Audi Driving

Experience. L'obiettivo primario è creare una forte identità di marchio e Audi ci è riuscita ancora una volta, come dimostra lo studio BAV.

All four love - La magia di Audi

Katharina Momani, Head of Marketing Audi Svizzera, spiega: «Siamo molto orgogliosi del ranking dello studio BAV. I valori eccellenti dimostrano ancora una volta quali sono i risultati che si possono ottenere con un team di livello mondiale. Trasmettiamo uno stile di vita e ci rivolgiamo alla nostra clientela su un piano emozionale e significativo». A proposito di emozioni: quando Katharina Momani si è innamorata dell'icona di design, l'Audi TT, ne è rimasta folgorata. Da quel momento in poi il marchio con i quattro anelli avrebbe controllato il suo battito. Oggi però il suo cuore batte anche per l'Audi RS e-tron GT. L'emozionante coupé elettrica è la punta di diamante della famiglia e-tron e coniuga amore per il design, massima precisione, performance insuperabile e massima qualità. Un amore che domina la strada e affascina i sensi: questa è la magia che contraddistingue Audi.

Risultati rappresentativi

Il Brand Asset Valuator BAV è lo studio di marchio più ampio e completo al mondo. In Svizzera lo studio viene condotto dal 1995. Dal 2023, lo studio viene realizzato a cadenza annuale dalle agenzie WPP Wunderman Thompson, Ogilvy e Scholz & Friends. In questo modo è stato possibile espandere massicciamente il BAV. Ogni anno 9600 cittadine e cittadini svizzeri di età compresa tra i 18 e i 74 anni vengono intervistati in merito alle loro preferenze per quanto riguarda i marchi. Il numero di marchi esaminati è più che raddoppiato, arrivando a oltre 600. Lo studio è rappresentativo della popolazione Internet della Svizzera tedesca e occidentale secondo i dati strutturali ufficiali della Svizzera.

AMAG Import SA

PR Manager Audi Svizzera

Rebecca Lindemann

Cellulare: +41 79 763 69 41

E-mail: audi.pr@amag.ch

[audi.ch/charging-hub](https://www.audi.ch/charging-hub)

<https://www.audipress.ch/it>

[audi-mediacybercenter.com](https://www.audi-mediacybercenter.com)



Wunderman Thompson

Head of Strategy

Peter Petermann

Cellulare: +41 76 475 4695

E-mail: peter.petermann@wundermanthompson.com

www.wundermanthompson.ch

Audi Svizzera, rappresentata da AMAG Import SA, è sinonimo di veicoli sportivi, eccellente qualità costruttiva, design moderno, nonché tecnologia e innovazione all'avanguardia. Il gruppo Audi è inoltre uno dei produttori leader mondiali di automobili premium sostenibili e detta nuovi standard per i sistemi di propulsione alternativi e l'elettromobilità. La nostra visione: «Shaping the future of premium mobility».

Wunderman Thomson è una delle agenzie di comunicazione full-service leader in Svizzera. Il suo DNA è composto in parti uguali da creatività, tecnologia, strategia e dati. Insieme a esperti di tutti i settori riuniti a un tavolo, l'agenzia sviluppa soluzioni efficaci e sostenibili in grado di stimolare la crescita dei suoi clienti. E questo lungo l'intero Consumer Journey.
«We inspire growth for ambitious brands».
