

Communiqué de presse

“La qualité en avance sur son temps” : Miele lance une nouvelle campagne de marque mondiale

- ▶ La campagne “La qualité en avance sur son temps” est une invitation à jeter un coup d’œil dans les coulisses de Miele. L’accent n’est pas mis sur des messages publicitaires, mais sur l’artisanat et la durabilité qui caractérisent l’entreprise familiale
- ▶ Grâce à l’exceptionnelle longévité de ses produits, Miele apporte une contribution importante à la consommation durable ; l’entreprise elle-même sera neutre en CO₂ sur tous ses sites à partir de 2021
- ▶ La campagne de marque fait suite à une année difficile au cours de laquelle la durabilité et la maison ont revêtu une nouvelle signification pour de nombreux consommateurs

Crissier, le 21 mai 2021. – Miele lance une nouvelle campagne de marque mondiale avec “La qualité en avance sur son temps” : l’accent est mis sur l’artisanat, la performance et la durabilité. Avec cette campagne, Miele envoie un signal clair contre la mentalité de l’obsolescence. Les produits Miele se distinguent en effet par leur qualité exceptionnelle, leur performance et une longévité de 20 ans. La campagne séduit par les images uniques, surprenantes et captivantes du photographe Dan Tobin Smith et permet de jeter un œil dans les coulisses de Miele.

“L’année dernière a été marquée par une volatilité et une incertitude énormes pour nous tous. En particulier dans les périodes difficiles, il est important pour les consommateurs de pouvoir compter sur des marques fortes telles que Miele”, a souligné M. Axel Kniehl, directeur marketing et commercialisation du Groupe Miele. “Miele est synonyme de confiance – la campagne actuelle montre aux consommateurs qu’ils ont en nous un partenaire solide et fiable à leurs côtés. Pendant la pandémie, de nombreuses personnes ont

redécouvert l'importance de leur propre foyer. Ils prennent en conséquence des décisions d'achat plus conscientes et se concentrent sur les valeurs pour lesquelles Miele est célèbre – et surtout, ils veulent une qualité qui est vraiment en avance sur son temps.” Le fait que chez Miele, la qualité n'est pas une simple promesse publicitaire, mais une réalité vécue, est démontré par les exemples mis en scène dans le spot. Alors que certains moteurs de voiture sont testés durant 3'000 heures, Miele teste ses produits jusqu'à 10'000 heures. Un autre exemple est que chaque tambour de lavage est vérifié à la main avant de quitter l'usine ou que Miele garde en stock les pièces de rechange de chaque produit, même 15 ans après l'arrêt d'une série.

L'engagement de Miele envers la qualité se reflète également dans le thème de la durabilité, qui est au centre de la nouvelle campagne de marque. L'entreprise a ainsi récemment annoncé son intention de devenir neutre en CO₂ sur tous ses sites à partir de 2021. Les appareils Miele, notamment les lave-linge, contiennent une forte proportion de métal qui peut être recyclé dans les usines de l'entreprise. Les métaux utilisés sont recyclables à près de 100%. Les autres matériaux et les techniques d'assemblage ont également une influence sur la recyclabilité des produits. Pour cette raison, Miele prend soin d'utiliser des plastiques aussi purs que possible afin de rendre leur recyclage plus facile ou même tout simplement possible

“La pandémie a incité de nombreuses personnes à se concentrer sur ce qui est important et leur a rappelé ce qui compte vraiment dans la vie – la durabilité devient de plus en plus importante”, explique M. Stefan Breit, directeur technique. “Pour Miele, la longévité a toujours été la véritable durabilité. Pour cette raison, nous attachons une importance particulière à cet aspect lors du développement et de la fabrication de nos produits. Nous offrons ainsi à nos clients non seulement la fiabilité pour de nombreuses années, mais aussi la certitude d'alléger la charge sur l'environnement et le climat.”

La campagne a été élaborée par l'agence de publicité Select World de Hambourg. Au cours de l'année à venir, de nouveaux thèmes seront progressivement abordés, alliant les valeurs de Miele et les besoins des clients. Les images exceptionnelles de la campagne ont été prises par le photographe britannique Dan Tobin Smith – qui a entre autres travaillé avec des clients comme Adidas, Apple et Louis Vuitton – et mettent en valeur de manière impressionnante la qualité et le savoir-faire des appareils Miele.

“Les consommateurs souhaitent faire des achats plus conscients et plus durables. Les appareils Miele ont toujours été synonymes de qualité inégalée”, selon Barbara Castegnaro, Senior Vice President Brand et Customer Experience. “Avec ‘La qualité en avance sur son

temps', nous passons du marketing de produit au marketing de marque et présentons les valeurs de notre marque d'une manière inédite et fascinante."

La nouvelle campagne de marque Miele est lancée dans 49 pays. En Suisse, la campagne est diffusée à 360 degrés. Les spots peuvent être vus à la télévision, en "digital out of home" et en ligne, entre autres. En plus des formats "out of home" et des publicités classiques, Miele Suisse déploiera un poster géant sur l'Uraniastrasse à Zurich. Lien vers le site de la campagne [Miele | Qualité - En avance sur son temps | Immer Besser](#).

Film Manifesto :

- FR <https://youtu.be/3cVK2XTAeFI>
- DE <https://youtu.be/2xzEIkL-BXc>
- IT <https://youtu.be/2KI54WYN3Hs>

Cinq photos accompagnent le texte



Photo 1 : Des résultats étincelants, jour après jour. Testés pendant 5'600 heures de fonctionnement. (Photo: Miele)



Photo 2 : Les lave-vaisselle Miele sont testés pour une durée de vie de 20 ans. 20 ans d'un éclat parfait. En économisant 590'000 litres d'eau. (Photo: Miele)



Photo 3 : Lave-linge Miele avec tambour Hydrogliss. Ils ne quittent pas l'usine sans que la qualité ait été contrôlée à la main. (Photo: Miele)



Photo 4 : Poster géant sur l'Uraniastrasse à Zurich. (Photo: Miele)

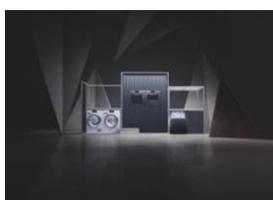


Photo 5 : Depuis plus de 120 ans, Miele ne s'est jamais contenté du meilleur. Miele produit des appareils à la pointe de la technologie, pour une durée de vie de 20 ans. (Photo: Miele)

Accent durabilité :

[Durabilité | Qualité, en avance sur son temps | Miele - YouTube.](#)

Accent traitement du linge :

<https://youtu.be/VAmQDzvZiqE>

Accent lavage de la vaisselle :

https://youtu.be/CGP5_PAYL1A

Contact médias :

Barbara Kaiser

Téléphone : +41 79 560 45 73

E-mail: barbara.kaiser@miele.com

À propos de l'entreprise : Miele est le leader mondial sur le marché des appareils ménagers haut de gamme pour les secteurs de la cuisine, de la pâtisserie, de la cuisson vapeur, de la réfrigération-congélation, de la préparation de café, des lave-vaisselle, des lave-linge et de l'entretien des sols. L'entreprise fabrique également des lave-vaisselle, lave-linge et sèche-linge pour un usage industriel ainsi que des laveurs-désinfecteurs pour les équipements médicaux et de laboratoire ("Miele Professional"). Fondée en 1899, l'entreprise est représentée dans presque 100 pays, que ce soit par ses propres sociétés de distribution ou par ses importateurs. Gérée actuellement par la quatrième génération de la famille fondatrice, elle emploie quelque 20'100 personnes dans le monde entier, dont 430 environ dans la société de distribution suisse.

Miele est l'une des entreprises les plus durables d'Allemagne !

Voilà ce qu'ont découvert le magazine Stern et l'entreprise d'études de marché [Statista](#) dans le cadre d'une vaste enquête. Dans le classement général, Miele occupe la 5^e place sur 2000 entreprises analysées et obtient même la meilleure note dans la catégorie «Social».

Par ailleurs: dans une [étude](#) menée par le Financial Times, Miele a été élue en 2020 comme étant l'une des entreprises les plus diversifiées d'Europe par ses collaborateurs.

