

BORA est parfaitement différent

BORA, pionnier dans l'univers de la cuisine, a de nouveau été récompensé pour sa stratégie de marque exceptionnelle. L'entreprise a reçu le Plus X Award dans la catégorie « Meilleure marque de l'année 2025 pour les hottes de cuisson » et le German Design Award pour sa participation remarquable au salon EuroCucina de Milan. Les deux prix comptent parmi les plus prestigieux et récompensent ainsi la stratégie de marque exceptionnelle de BORA.



BORA accroît sa notoriété à l'international grâce à une communication intelligente sur ses innovations d'avenir pour l'espace de vie cuisine. Le prix de la « Meilleure marque de l'année 2025 » et le German Design Award pour la participation au salon EuroCucina de Milan confirment le succès d'une stratégie de marque visionnaire qui remet en question le statu quo.

Différent des autres – une recette du succès ?

Le prix « Meilleure marque de l'année 2025 » est décerné dans le cadre du Plus X Award. C'est le plus grand prix d'innovation au monde dans les domaines de la technologie, du sport et du style de vie. Le jury indépendant d'experts a reconnu la gestion claire et cohérente de la marque BORA et a particulièrement mis en avant l'innovation technologique, la fonctionnalité et l'esthétique de ses produits. Dans son communiqué, le jury a déclaré : « Cette vision d'avenir fait de BORA la « Meilleure marque de l'année 2025 » dans la catégorie des systèmes aspirants pour tables de cuisson.

Parallèlement, la présentation extraordinaire du salon EuroCucina 2024 a récemment été récompensée par le German Design Award dans la catégorie « Excellente Architecture ». Le jury d'experts a particulièrement apprécié la combinaison harmonieuse de l'architecture, de la nature et de l'expérience culinaire - un concept qui établit de nouvelles normes tant sur le plan esthétique que fonctionnel.

Bora ne se considère pas seulement comme une marque, mais avant tout comme un style de vie, une expérience. « Nous étudions et présentons nos produits d'une manière totalement innovante et allions design, technologie et fonctionnalité pour créer une véritable expérience de marque », explique Dominik Clever, directeur marketing de BORA. Les prix montrent que notre approche n'attire pas seulement l'attention mais créent aussi l'inspiration. Le concept BORA, présenté sur les salons, n'est pas un simple stand, c'est une véritable scène de vie dédiée à la cuisine du futur. « Notre stratégie de marque n'est pas une coïncidence, mais

le résultat d'une expérience globale et réfléchie. Ces récompenses confirment que nous sommes sur la bonne voie, mais pour nous, ce n'est qu'un début », ajoute Clever.

Fondation pour l'expansion internationale de la marque en tant que LoveBrand n° 1

BORA renforce actuellement sa présence internationale à travers une campagne de sensibilisation globale à 360 degrés, qui se déroulera dans sept pays pendant huit semaines. Cette campagne a été développée en interne en quasi totalité, offrant à l'entreprise une grande flexibilité et d'agilité dans sa mise en œuvre. En combinant de manière ciblée les mesures numériques, analogiques et en point de vente, BORA soutient massivement les distributeurs et renforce à long terme la confiance des consommateurs finaux - deux facteurs clés qui contribuent au succès de l'entreprise tant sur le marché national qu'international.

A l'avenir, cette stratégie de marque forte sera constamment développée et accompagnée de diverses actions de communication telles que le sponsoring cycliste, le BORA Truck Tour ou des démonstrations de cuisine en direct, afin d'accroître encore la notoriété internationale de la marque. Le magazine BORA, disponible en 15 langues, joue également un rôle majeur dans la diffusion de la LoveBrand.

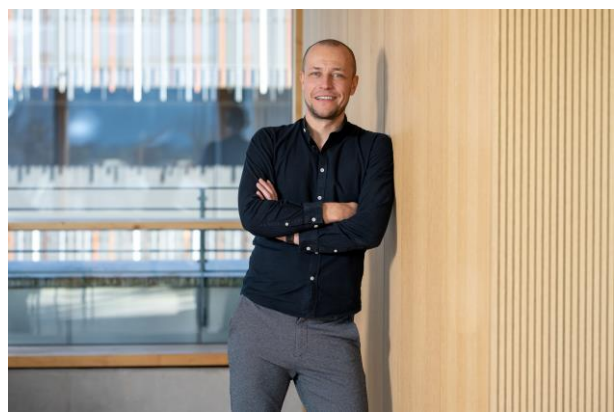
Ce qui a commencé il y a près de 20 ans avec un système d'extraction révolutionnaire pour table de cuisson est aujourd'hui un univers complet d'appareils de cuisine encastrables haut de gamme. « Je me développe parce que je veux améliorer l'expérience en cuisine », souligne Willi Bruckbauer, fondateur de l'entreprise, résumant ainsi la volonté d'innovation qui anime BORA. Chez BORA, le développement est au cœur de l'ADN de l'entreprise, tant au niveau de la marque que de son portefeuille de produits.

Lien vers le court métrage BORA « Souvenirs bruts » de l'actuelle campagne BORA :

<https://www.youtube.com/watch?v=L6eMigZWnii>



Fondateur et Directeur Général de BORA : Willi Bruckbauer



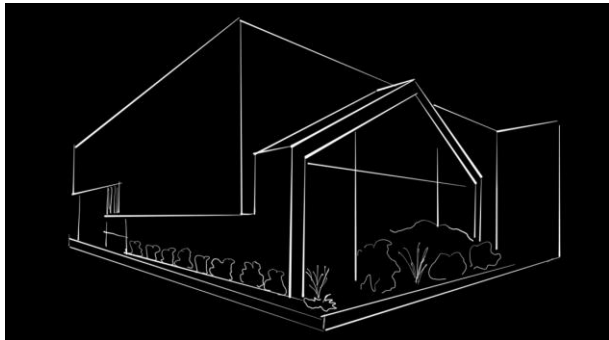
Directeur Marketing de BORA : Dominik Clever



Scènes du film BORA 'Uncooked memories', qui a été mis en ligne pour la première fois dans le cadre de l'actuelle campagne BORA.



Campagne réalisée entièrement en interne : la production de BORA « Signature Kitchen » dans le studio photo de la campagne BORA.



Stand BORA à l'EuroCucina 2024 de Milan



Le magazine BORA paraît depuis 2017. Traduit en 15 langues, il soutient les partenaires commerciaux de BORA. La présentation des produits est faite de façon à être facilement consultable par les clients finaux.

À propos de l'entreprise

BORA conçoit et produit des appareils de cuisine encastrables innovants au design haut de gamme. Le groupe austro-allemand présente son portefeuille à l'international sous le slogan 'More than cooking'. Depuis sa fondation par Willi Bruckbauer en 2007, l'entreprise s'est donnée pour ambition de mettre en question le statu quo. La mission : Nous révolutionnons l'espace de vie de la cuisine. Avec des produits d'exception pour une expérience d'exception.

Tout a commencé par les systèmes innovants qui, grâce à une ingénieuse technologie, aspirent les vapeurs de cuisson vers le bas depuis la table de cuisson, et dont le développement continu se poursuit selon les exigences perpétuelles de perfection de BORA. Des systèmes de cuisson à la vapeur sont venus compléter la gamme de produits, suivis par des systèmes de réfrigération et congélation et par des systèmes de nettoyage et rinçage. Nous travaillons constamment notre gamme et notre live experience afin de continuer à offrir la meilleure expérience culinaire aux fans et clients BORA à l'avenir. Les produits BORA se distinguent par leurs performances maximales et leur facilité d'utilisation et de nettoyage. Grâce à leur design intemporel, ils se fondent dans l'espace de vie de toutes les cuisines pour y garantir air pur et vue dégagée.

BORA emploie aujourd'hui plus de 750 collaborateurs dans le monde, en particulier sur ses sites de Raubling, Niederndorf et Sydney, ainsi que dans le Flagship Store à Herford. À ce jour, les produits BORA sont commercialisés dans plus de 40 pays du monde. Le groupe BORA est un employeur attrayant lauréat de nombreux prix, dont les produits ont remporté de nombreuses récompenses de design plébiscitées à l'international.

Contact presse

Alexandra Renaud
alexandra@relationpresse.com
+33 (0)1 71 70 38 38

Delprat Relation Presse
33, rue du Faubourg Saint-Antoine
75011 Paris, France



bora.com/pr