



Mercedes-Benz

Information presse

17 Octobre 2019

"Best Global Brands 2019" – La valeur de marque de l'étoile Mercedes continue de progresser

La valeur de marque de Mercedes-Benz a encore progressé. Elle est la marque automobile de luxe la plus puissante au monde. Dans le dernier classement "Best Global Brands 2019" établi par le célèbre cabinet de conseil en évaluation de marque américain Interbrand, la marque a confirmé le résultat de l'année dernière en se classant à la 8^{ème} place. Mercedes-Benz confirme sa position de seule marque européenne présente dans le top dix. Par rapport à 2018, la valeur de marque de l'étoile a gagné cinq pour cent et atteint 50.832 milliards de dollars. C'est la suite d'une histoire à succès puisque la valeur de Mercedes-Benz n'a cessé de croître depuis 2009.

"Nous sommes fiers d'avoir de nouveau atteint la 8^{ème} place du palmarès 'Best Global Brands 2019', et d'avoir gagné des points. C'est un magnifique accomplissement de la part des équipes de Mercedes-Benz – de chaque collaborateur qui a œuvré pour le succès de notre marque au quotidien" déclare Bettina Fetzer, à la tête du Marketing Mercedes-Benz Cars. "Ce résultat est à la fois une confirmation et une motivation. Parallèlement au meilleurs produits et services destinés à nos clients, nous sommes en train de faire évoluer Mercedes-Benz en une marque de luxe responsable. Après tout, l'étoile est notre atout le plus précieux.

La marque Mercedes-Benz est synonyme d'une longue tradition et d'une grande force d'innovation. Elle est animée par le désir de continuer à se développer et à offrir des solutions durables pour l'avenir de la mobilité, à la fois sur le plan de son offre produits et services, mais aussi sur sa stratégie commerciale. L'accent est plus que jamais mis sur le client alors que la marque suscite des émotions. Le luxe moderne doit être responsable mais surtout il ne doit pas perdre de son attractivité.

La transformation de la société modifie également le rôle des marques : les marques célèbres créent une relation de confiance et affichent clairement leur transparence. Mercedes-Benz est axée sur l'innovation, la responsabilité et les objectifs et s'efforce systématiquement à développer des solutions de mobilités pratiques, homogènes et durables. La "raison" de la marque est "First Move the World" (« faisons bouger le monde »). Chez Mercedes-Benz, tel est le sens du travail, la motivation et le "pourquoi". "First Move the World" incarne l'ambition de performer. Cet esprit pionnier fait partie de l'AND de la marque.

Daimler AG, Mercedesstrasse 120, D-70372 Stuttgart
Head Office and Registry Court: Stuttgart
HRB No. 19360
Chairman of the Supervisory Board: Manfred Bischoff
Board of Management: Ola Källenius (Chairman),
Martin Daum, Renata Jungo Brüngger, Wilfried Porth, Markus Schäfer,
Britta Seeger, Hubertus Troska, Harald Wilhelm

Daimler AG
D-70546 Stuttgart
Tel. +49 711 17 - 0
Fax + 49 711 17 - 22244
dialog@daimler.com
www.daimler.com

Best Global Brands – le palmarès des meilleures marques du monde selon l'étude d'Interbrand

Cette année marque la 20ème édition de l'enquête "Best Global Brands". Interbrand, société américaine de conseil en marques, évalue les 100 meilleures marques au monde selon trois critères : "la performance financière des produits et des services de la marque", "le rôle de la marque dans le processus de décision d'achat" et "la force de la marque à préserver sa solidité financière future". Une méthodologie certifiée ISO 10668:2010 permet de déterminer la valeur monétaire d'une marque. Le classement Interbrand est disponible sur : www.bestglobalbrands.com

Contact presse France :

Grégory Delépine : +33 (0)1 30 05 84 41, gregory.delepine@daimler.com

Debora Giuliani : +33 (0)1 30 05 85 19, debora.giuliani@daimler.com

Les informations de Daimler sont disponibles sur les sites :
www.media.daimler.com, www.daimler.com et media.daimler.fr