



## Mercedes-Benz

Information presse  
21 novembre 2023

### "Meilleures marques mondiales 2023" : Mercedes-Benz se hisse à la septième place des marques les plus puissantes au monde

- Dans le classement actuel établi par le cabinet américain de conseil en marques Interbrand, Mercedes-Benz figure pour la huitième fois consécutive parmi les dix marques les plus importantes au monde.
- La marque à l'étoile se hisse à la septième place et reste la marque automobile de luxe la plus puissante au monde.
- La valeur de la marque a augmenté de 9 % par rapport à 2022, pour atteindre 61,414 milliards de dollars américains.

Stuttgart. Mercedes-Benz a encore renforcé sa position de leader en tant que marque automobile de luxe la plus puissante au monde dans l'actuel classement "Best Global Brands 2023". Après cinq années consécutives à la huitième place, l'étoile brille désormais à la septième place du classement mondial. Cette progression de la valeur de la marque de 9 % souligne la transformation cohérente de l'entreprise en une marque emblématique qui impressionne par son esthétique exceptionnelle, ses technologies innovantes et sa durabilité intégrée.

"La dernière progression de la valeur de notre marque est une réalisation de premier ordre par l'ensemble de l'équipe Mercedes-Benz, ce qui nous rend tous très fiers. Ce résultat est à la fois une confirmation et une motivation pour nous : nous nous appuyons continuellement sur l'héritage de notre marque pour façonner l'avenir - avec l'objectif de créer des voitures les plus désirables au monde."

Bettina Fetzer, Vice-Présidente Communication et Marketing Mercedes-Benz AG

Avec la réorientation stratégique de l'entreprise en 2021, le cœur de la marque a également été affiné. Désormais, la marque à l'étoile signifie "Desire for Iconic Luxury" (désir de luxe iconique). L'entreprise combine ainsi deux caractéristiques essentielles : d'une part, ses racines solides en tant que constructeur automobile de luxe qui a créé de nombreuses icônes définissant le style. D'autre part, l'esprit de pionnier avec lequel Mercedes-Benz, en tant que leader de l'innovation, fait avancer le développement de l'automobile. Mercedes-Benz se concentre plus que jamais sur le rayonnement de la marque, et se développe tout en honorant l'héritage de la marque. L'objectif est de façonner l'ère numérique en créant des véhicules et des services les plus désirables au monde.

Mercedes-Benz AG | 70546 Stuttgart | P +49 711 17 0 | F +49 711 17 2 22 44 | [dialog@mercedes-benz.com](mailto:dialog@mercedes-benz.com) | [www.mercedes-benz.com](http://www.mercedes-benz.com)

Mercedes-Benz AG, Stuttgart, Allemagne | Domicile et tribunal d'enregistrement : Stuttgart, numéro de registre du commerce : 762873

Président du conseil de surveillance : Bernd Pischetsrieder

Conseil d'administration : Ola Källenius, président ; Jörg Burzer, Renata Jungo Brüngger, Sabine Kohleisen, Markus Schäfer, Britta Seeger, Hubertus Troska, Harald Wilhelm

Les chiffres sont fournis conformément à la réglementation allemande "PKW-EnVKV" et ne s'appliquent qu'au marché allemand. De plus amples informations sur les chiffres officiels de la consommation de carburant et les émissions spécifiques officielles de CO<sub>2</sub> des voitures particulières neuves figurent dans le guide de l'UE intitulé "Informations sur la consommation de carburant, les émissions de CO<sub>2</sub> et la consommation d'énergie des voitures neuves", disponible gratuitement dans tous les points de vente, auprès de DAT Deutsche Automobil Treuhand GmbH et à l'adresse suivante : [www.dat.de](http://www.dat.de).

## "Best Global Brands\*" : un indicateur des marques les plus puissantes au niveau mondial depuis 1999

Depuis 1999, la société américaine de conseil en marques Interbrand étudie et analyse les marques les plus puissantes au monde. Les 100 premières sont présentées dans l'étude annuelle "Best Global Brands", qui examine tous les candidats selon trois critères : "la Performance financière des produits ou services de la marque", "le Rôle de la marque dans le processus de décision d'achat" et "la Force de la marque » en ce qui concerne "la garantie des bénéfices futurs de l'entreprise". Interbrand a été la première entreprise à développer une méthode d'évaluation des marques certifiée selon la norme ISO 10668. Cette norme internationale fixe des critères d'évaluation et répond aux exigences d'une classification monétaire précise des marques.

\*Meilleures Marques mondiales

### Contact :

Christin Müller, téléphone : +49 (0) 176 30 943 837, [christin.c.mueller@mercedes-benz.com](mailto:christin.c.mueller@mercedes-benz.com)

Khanh-Binh Le, téléphone : +49 (0) 160 86 20 071, [khanh-binh.le@mercedes-benz.com](mailto:khanh-binh.le@mercedes-benz.com)

Toute l'actualité presse Mercedes-Benz Cars et Vans est disponible sur le site media international - <https://media.mercedes-benz.com/>, notre site media national - <https://media.mercedes-benz.fr/> et sur le canal @MB\_Press X - [https://twitter.com/MB\\_Press](https://twitter.com/MB_Press) .

### Mercedes-Benz AG en bref

Mercedes-Benz AG fait partie du Mercedes-Benz Group AG et emploie environ 170 000 personnes dans le monde. Elle regroupe les activités mondiales de Mercedes-Benz Cars et Mercedes-Benz Vans. Ola Källenius est Président du Conseil d'Administration de Mercedes-Benz AG. La société se concentre sur le développement, la production et la vente de voitures particulières, de véhicules utilitaires et de services liés aux véhicules. En outre, elle aspire à devenir leader dans les domaines de la mobilité électrique et des logiciels pour véhicules. Le portefeuille de produits comprend la marque Mercedes-Benz avec les marques Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach, Mercedes-EQ, Classe G ainsi que les produits de la marque smart. La marque Mercedes me donne accès aux services numériques de Mercedes-Benz. Mercedes-Benz AG est l'un des plus grands constructeurs mondiaux de voitures de luxe. En 2022, il a vendu environ deux millions de voitures particulières et 415 300 véhicules utilitaires. Dans ses deux secteurs d'activité, Mercedes-Benz AG développe continuellement son réseau de production mondial avec environ 35 sites de production sur quatre continents, tout en se préparant à répondre aux exigences de l'industrie automobile. Dans le même temps, l'entreprise construit et étend son réseau mondial de production de batteries sur trois continents. La durabilité étant la ligne directrice de la stratégie de Mercedes-Benz et de l'entreprise elle-même. Il s'agit de créer une valeur durable pour toutes les parties prenantes : les clients, les employés, les investisseurs, les partenaires commerciaux et la société dans son ensemble. La stratégie d'entreprise durable du groupe Mercedes-Benz constitue la base de cette démarche. L'entreprise assume ainsi la responsabilité des effets économiques, écologiques et sociaux de ses activités commerciales et prend en compte l'ensemble de la chaîne de valeur.