



Mercedes-Benz

La valeur de marque de Mercedes-Benz en forte croissance

**Communiqué de
presse**

**Mercedes-Benz est une fois encore la seule marque européenne
à figurer parmi les 10 « Meilleures marques internationales
2017 ».**

27 septembre 2017

Stuttgart. Mercedes-Benz est la marque automobile de luxe européenne à plus forte valeur, d'après le tout dernier classement du rapport sur les « Meilleurs marques internationales 2017 » publié par Interbrand, une société américaine de conseil réputée en marque d'entreprise. Avec sa neuvième place, la marque à l'étoile est la seule d'Europe à compter parmi les 10 meilleures des 100 plus grandes marques du monde. La valeur de la marque a augmenté de 10 % par rapport à l'année dernière, et s'élève à 47,83 milliards de dollars. Mercedes-Benz améliore par conséquent constamment sa position dominante depuis 2009 et se révèle être l'une des plus puissantes marques du monde.

« Nous sommes ravis de nous être créé une solide réputation parmi les marques d'exception les plus valorisées du monde », a déclaré M. Jens Thiemer, Vice-Président du marketing chez Mercedes-Benz Cars. « Ce classement est révélateur de notre bonne position dans le monde entier, grâce à notre stratégie sur la mobilité de demain, à notre identité basée sur l'innovation perpétuelle et à notre large portefeuille de produits. Forts d'une combinaison unique de tradition et de modernité, associée à une innovation permanente, nous sommes bien placés pour jouer un rôle actif dans la mise en place efficiente des transformations nécessaires pour passer à l'ère numérique. »

Mercedes-Benz souhaite pérenniser sa réussite, notamment en s'améliorant encore dans l'anticipation des besoins de sa clientèle, en développant plus rapidement de nouveaux domaines d'activité et en réduisant les délais de lancement des produits. Mercedes-Benz s'appuie également sur les réseaux sociaux dont elle tire aujourd'hui le plus de profit parmi toutes les marques automobiles de luxe du monde. Jour après jour, la marque interagit avec des millions de fans et de followers dans le monde entier. Les auteurs de l'étude Interbrand de cette année, intitulée « Grow. Change. Grow. » (Croître. Changer. Croître.), justifient la croissance de valeur de la marque notamment par le fait que

Mercedes-Benz promeut sa transformation culturelle et la met en œuvre avec succès, tant à l'échelle de l'entreprise qu'aux yeux de la société.

Page 2

Cette année marque la dix-huitième édition de l'étude « Meilleures marques internationales » d'Interbrand. Les principaux PDG du monde considèrent cette étude comme la référence en matière de valeur des marques internationales. L'étude est destinée à identifier les 100 plus précieuses marques du monde.

Contacts :

Tobias Müller, numéro de téléphone : +49 (0)711 17-77368, tobias.mueller@daimler.com

Ina Schultz, numéro de téléphone : +49 (0) 711 17-7 68 76, ina.schultz@daimler.com

Mercedes-Benz France :

Clémence Madet, téléphone : +33 (1) 30 05 86 73, clemence.madet@daimler.com

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

Pour plus d'informations sur Mercedes-Benz, consultez les sites Internet :

www.media.daimler.com, www.mercedes-benz.fr, et www.media.daimler-france.fr