Corporativo

**Informação à imprensa**

20 de outubro de 2021

**Mercedes-Benz é eleita, mais uma vez, a marca de automóveis de luxo mais valiosa do mundo pela Best Global Brands**

A Mercedes-Benz consolidou a sua posição de líder como única marca europeia entre as dez primeiras da premiação “Best Global Brands 2021”. A marca está na oitava posição nos últimos rankings publicados pela renomada consultoria de marcas dos EUA, Interbrand, desde 2018. O valor da marca aumentou três por cento desde 2020 para 50.866 bilhões de dólares americanos. Isso significa que a Mercedes-Benz mantém sua posição como a marca de automóveis de luxo mais valiosa do mundo pelo sexto ano consecutivo, e a única entre as dez primeiras.

“Nossa permanência na classificação entre os dez primeiros e o aumento do valor da marca são sucessos que nós temos muito orgulho. Este resultado valida mais uma vez o nosso direcionamento estratégico, como empresa e também o posicionamento da nossa marca. A Mercedes-Benz está fazendo a transição de um entendimento tradicional do luxo para uma interpretação moderna que enfatiza aspectos como acessibilidade, inovação e individualidade. Isso estabelece uma consciência de um mundo de novas possibilidades e inspira entusiasmo pela mobilidade sustentável”, afirma a vice-presidente de Comunicação e Marketing da Mercedes-Benz AG, Bettina Fetzer.

A Mercedes-Benz está se preparando para se tornar totalmente elétrica antes do final da década - sempre que as condições de mercado permitirem. O objetivo é liderar na eletrificação e nos sotfwares de automóveis.

**Indicador das marcas mais valiosas do mundo**

A consultoria de marcas dos EUA, Interbrand, tem conduzido o estudo “Best Global Brands” desde 1999. O índice, cuidadosamente pesquisado, lista as 100 marcas mais valiosas em todo o mundo e é amplamente considerado um benchmark competitivo e um indicador importante usado por CEOs em todo o mundo. O renomado sistema de classificação é baseado em três critérios principais: “O desempenho financeiro dos produtos ou serviços da marca”, “O papel da marca no processo de tomada de decisão de compra” e “A força da marca quando se trata de garantir o futuro retorno para a empresa ”. Certificada pela ISO 10668, a metodologia de avaliação foi a primeira a estabelecer um padrão amplamente aceito para a comparação de marcas e permite a classificação objetiva em uma base monetária. Mais informações sobre o estudo e sobre a Interbrand estão disponíveis em: [www.bestglobalbrands.com](http://www.bestglobalbrands.com)

**Contato:**

Alessandra Souza (11) 4173-7314 alessandra.souza@daimler.com

Mais informações sobre a Mercedes-Benz estão disponíveis no link:

http://www.mercedes-benz.com.br/institucional/imprensa/releases

Siga nosso perfil no Facebook e Instagram: **@MercedesBenzBrasil**