



ETUDE BEST GLOBAL BRANDS : NISSAN, MARQUE AUTOMOBILE A LA CROISSANCE LA PLUS RAPIDE EN 2015

En bref :

- Nissan se hisse à la 49^{ème} place de l'étude Interbrand ; après avoir été 56^{ème} l'an dernier et 90^{ème} en 2011 ;
- Nissan est la marque automobile qui progresse le plus rapidement cette année ;
- La valeur de la marque Nissan a augmenté de + 19% et dépasse 9 milliards de dollars.

Selon l'étude Interbrand, leader mondial du conseil en stratégie de marques, Nissan a été classé parmi les marques à forte valeur en 2015. Dans l'étude Best Global Brands, publiée aujourd'hui par Interbrand, la Marque s'est hissée à la 49^{ème} place, après avoir figuré en 56^{ème} position en 2014 et en 90^{ème} position en 2011 ; date de son entrée dans le classement. A l'époque, la valeur de la Marque Nissan était de 3,819 milliards de dollars. Nissan est ainsi la marque automobile qui a connu la progression la plus rapide cette année.

« Notre solide ascension de la place 90 à 49 en seulement cinq ans prouve combien nous sommes engagés auprès de nos clients tout en conservant notre identité, et à quel point notre stratégie est pertinente », a déclaré Roel de Vries, Nissan Corporate Vice President and Global Head of Marketing and Brand Strategy. « Développer l'attractivité et l'innovation de notre marque à l'échelle mondiale fait partie intégrante de notre succès ».

L'étude Best Global Brands constitue le rapport annuel d'Interbrand sur les marques les plus réputées du monde. Dans sa démarche, Interbrand prête attention à la continuité de l'investissement et de la gestion de la marque comme actif de l'entreprise, en prenant en compte les résultats financiers, le rôle de la marque dans le processus de décision d'achat, et sa solidité.

L'étude met notamment en exergue les forces de Nissan telles que son engagement solide auprès de la génération Y, ses opportunités de partenariats efficaces, et ses offres de personnalisation. Autant d'atouts qui permettent à Nissan de se classer parmi les « Top Risers ». La valeur de la Marque vient d'être estimée à 9,082 milliards de dollars, soit une hausse de + 19% comparativement à l'année dernière où elle s'élevait à 7,6 milliards de dollars.

L'étude a aussi reconnu l'habileté de Nissan à tirer profit de ses opportunités de partenariats afin de cibler un public jeune, notamment avec la Ligue des Champions de l'UEFA en 2015 et l'émission « The Voice USA » diffusée sur NBC. La capacité de la Marque à proposer des produits personnalisés a également été soulignée. C'est notamment le cas via le programme de personnalisation du crossover Nissan JUKE mais également aux dernières innovations dont bénéficient les propriétaires européens de LEAF en Europe. Ce sont autant de moyens pertinents d'être en contact avec les clients actuels.

Pour davantage d'informations sur l'étude Best Global Brand 2015 d'Interbrand, rendez-vous sur : <http://www.bestglobalbrands.com/>