



NISSAN, UNE MARQUE DE PLUS EN PLUS RENOMMÉE DANS LE MONDE

Nissan a été désignée comme l'une des marques les plus renommées en 2017 par Interbrand, leader mondial du conseil en stratégie de marques.

Nissan se classe à la 39^{ème} position dans le cadre de l'étude des Best Global Brands parue il y a peu. L'étude estime la valeur de la marque à 11,534 milliards de dollars. L'an dernier, Nissan était 43^{ème} avec une valeur estimée à 11,066 milliards de dollars.

Dans le cadre de l'étude, Interbrand cite les opérations Nissan axées autour de la vision Nissan Intelligent Mobility et ayant pour objectif d'améliorer la valeur de la marque. L'agence souligne également les avantages clients de Nissan, tels que les technologies de conduite autonome et les véhicules électriques. Pour la septième année consécutive, Interbrand a reconnu Nissan comme l'une des marques les plus renommées au monde.

Cette reconnaissance reflète notamment l'attention particulière que Nissan a apporté dans le développement de sa stratégie Nissan Intelligent Mobility l'an dernier. La marque a en effet lancé de nouveaux produits dont le système hybride e-POWER et la technologie de conduite autonome ProPILOT qui maintient le véhicule dans sa file. Nissan a également présenté sa vision Nissan Intelligent Mobility lors du CES (Consumer Electronics Show) en janvier 2017 à Las Vegas. Le 6 septembre dernier, Nissan dévoilait sa nouvelle LEAF, la seconde génération du véhicule 100% électrique le plus vendu au monde.

« Au cours des six dernières années, nous nous sommes beaucoup concentrés sur notre image de marque, et il est très encourageant que tous nos efforts continuent d'être reconnus par ce classement influent », a déclaré Roel de Vries, Corporate Vice President and Global Head of Marketing and Brand Strategy de Nissan. « Le fait que nous poursuivions notre croissance prouve que notre activité axée autour de notre stratégie Nissan Intelligent Mobility et que notre vision du futur de la mobilité portent leurs fruits. Avec le lancement de la nouvelle LEAF, nous espérons que notre marque continuera de s'améliorer. »

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 l'identité de marque dans le processus de décision d'achat et sa solidité.

Pour davantage d'informations sur l'étude 2017, rendez-vous sur

<http://www.bestglobalbrands.com/>

A propos de Nissan Motor Co., Ltd.

Nissan propose une gamme complète de véhicules de plus de 60 modèles sous les marques Nissan, Infiniti et Datsun. Au cours de l'exercice fiscal 2016, Nissan a vendu plus de 5,63 millions de véhicules à travers le monde, générant un chiffre d'affaires de 98,7 milliards d'euros environ (11 720 milliards de yens). Nissan conçoit, fabrique et commercialise la Nissan LEAF, véhicule 100% électrique le plus vendu de l'histoire. Basé à Yokohama au Japon, le siège social de Nissan est responsable de six régions différentes : Asie & Océanie ; Afrique, Inde & Moyen Orient ; Chine ; Europe ; Amérique Latine ; Amérique du Nord. Nissan emploie 247 500 collaborateurs et est partenaire du constructeur français Renault depuis 1999. En 2016, Nissan a acquis 34% des parts de Mitsubishi Motors. Renault-Nissan-Mitsubishi est aujourd'hui le premier constructeur automobile mondial, et représente presque 10 millions de véhicules vendus au cumul par an.

Pour plus d'information sur nos produits, services et engagements dans la mobilité durable sur le site nissan-global.com. Vous pouvez également nous suivre sur Facebook, Instagram, Twitter et LinkedIn et regarder nos dernières vidéos sur YouTube.