



Mercedes-Benz

Informação de Imprensa
outubro 2024

Contactos:

Daniela Jorge – Tel: 964 333 886

Comunicação de Automóveis - Tel.: 219 257 000

Mercedes-Benz volta a ser eleita uma marca Superbrands pelo décimo ano consecutivo

- Este ano, a Mercedes-Benz volta a ser eleita uma marca Superbrands destacando-se, pela décima vez, como marca de referência no setor automóvel e marca de excelência em Portugal
- A Mercedes-Benz foi selecionada através de um estudo desenvolvido junto do consumidor pela consultora AMINT e, posteriormente, através da avaliação do Conselho Superbrands
- Na 20ª Gala Superbrands, realizada ontem, ficaram conhecidas as capas que cada marca desenvolveu para o icónico livro Superbrands. O novo Classe G 580 com tecnologia EQ foi o protagonista da capa da Mercedes-Benz

Ontem, dia 29 de outubro, a Superbrands Portugal comemorou a sua 20ª edição com uma Gala que se realizou no Casino Estoril e onde foram reconhecidas as Marcas de Excelência em Portugal. A Mercedes-Benz foi distinguida como marca Superbrands pelo décimo ano consecutivo.

Nesta Gala foram ainda conhecidas as diferentes capas, realizadas de forma individual por cada uma das 42 marcas premiadas, para ilustrar o icónico livro Superbrands. Holger Marquardt, CEO da Mercedes-Benz Portugal e Responsável de Marketing, Produto e Rede de Concessionários da Mercedes-Benz Ibérica, e Monica Linderoth, Diretora de Marketing e Comunicação da Mercedes-Benz Ibéria receberam o prémio em nome da Marca.

Este ano, a capa Mercedes-Benz tem como protagonista o Novo Classe G 580 com tecnologia EQ, o primeiro Classe G 100% elétrico. Sob o conceito “A ascensão do elétrico”, quando o utilizador toca na capa consegue sentir o poder e a energia deste ícone todo-o-terreno através de tecnologia de vibração. No interior deste livro é possível obter mais informação sobre o [novo Mercedes-Benz Classe G elétrico](#) e sobre os passos que a marca já deu e continua a dar no âmbito da sustentabilidade e no caminho para um futuro totalmente elétrico.

A Superbrands é uma entidade internacional presente em 90 países, que reconhece e promove as Marcas de Excelência presentes no mercado. O objetivo é destacar as Marcas que estão no *top of mind* dos consumidores através das seguintes dimensões: Notoriedade – Marcas que conhece; Identificação – Marcas com que se identifica; Necessidade – Marcas que satisfazem as suas necessidades; Uniqueness – Marcas únicas e insubstituíveis; Confiança – Marcas em que confiam.

Este ano foram apuradas 42 Marcas, nas dimensões Geral, Nacional e Corporate, resultado de um estudo ao consumidor independente, conduzido pela AMINT CONSULTING COMPANY e da avaliação do Conselho Superbrands.