|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  |  |
|  |  | Press information  29 April 2021 |
|  |  |  |

Riorganizzazione del marketing e delle PR di Mercedes-Benz

* Mercedes-Benz avvia una trasformazione complessiva delle sue attività di marketing e comunicazione globali.
* Le due aree vengono fuse in un’unica, grande unità per rendere ancor più consistente la visibilità dei nostri brand e dell’immagine corporate.
* La fusione delle competenze di stampa e marketing sottolinea il ruolo pionieristico di Mercedes-Benz con un indirizzo proiettato al futuro e sempre più incentrato sul cliente ed i target group.
* La creazione centralizzata dei contenuti dei brand e dei sub-brand in un'unica fonte, per la prima volta, anche per la comunicazione data-driven e personalizzata con i clienti; ulteriore sviluppo di una rete globale tailor made di agenzie; Bettina Fetzer prende in carico la nuova area.
* Jörg Howe andrà a ricoprire il ruolo di Special Representative External Affairs and Communications in Daimler Truck.

Mercedes-Benz sta riorganizzando radicalmente le sue attività di marketing e comunicazione. Per la prima volta, entrambe le aree vengono fuse in un'unità congiunta guidata da Bettina Fetzer. Lo scopo di questo riallineamento è quello di avere una presenza globale uniforme – sia per i marchi legati ai prodotti che per il brand corporate Mercedes-Benz.

Ola Källenius, Chairman del Boards of Management di Daimler AG e Mercedes-Benz AG: "Mercedes-Benz è il marchio di auto di lusso più prezioso al mondo. Adesso inizia la fase più emozionante nella storia della nostra azienda. Con la riorganizzazione delle nostre attività di PR e marketing in tutto il mondo, stiamo creando le basi per comunicare la nostra affermazione di leadership nella trazione elettrica e nel software per automobili, in modo ancora più efficace."

In relazione alla quotazione in borsa già pianificata del ramo aziendale Truck e Bus di Daimler come società indipendente, il responsabile comunicazione di Daimler, Jörg Howe, si trasferisce in Daimler Truck AG. Dall’1 luglio 2021, assumerà il nuovo ruolo di Special Representative External Affairs and Communications in Daimler Truck. Howe riporterà direttamente al Chairman del Board of Management di Daimler Truck AG, Martin Daum.

Jörg Howe: "Non vedo l'ora di iniziare questo nuovo entusiasmante impegno in Daimler Truck, sono certo che con il nuovo team la comunicazione, tra Daimler e Mercedes-Benz, sia in ottime mani."

Tobias Just assumerà la posizione di Head of Corporate Communications di Daimler AG e Mercedes-Benz AG. Katja Bott continuerà ad essere responsabile della comunicazione prodotto e tecnologia di Mercedes-Benz AG, oltre alla comunicazione di Mercedes-Benz Vans.

"Ringrazio Jörg per il suo eccellente lavoro negli ultimi 13 anni e non vedo l'ora di vedere come il team di Bettina darà forma all'immagine di Mercedes-Benz per una nuova era", ha dichiarato Ola Källenius.

Nell'ottobre 2020, Mercedes-Benz ha annunciato un allineamento strategico mirato in particolare a un posizionamento di lusso più forte per il marchio Mercedes-Benz, una crescita significativa dei sub-brand e uno sviluppo accelerato della trazione elettrica e del car software. Per implementare in modo rigoroso questa strategia, l'azienda ha messo in campo una trasformazione completa dei modelli di cooperazione interna ed esterna per le sue attività di marketing e comunicazione globale. In questo contesto, è stato avviato anche l'ulteriore sviluppo della rete globale di agenzie di Mercedes-Benz.

"Il nostro riallineamento strategico richiede, oggi più che mai, un'unica identità di marca a livello globale", ha dichiarato Bettina Fetzer, Vice-President Global Marketing di Mercedes-Benz AG, che ha molti anni di esperienza sia nella comunicazione con la stampa che nella comunicazione marketing. "Ciò sarà garantito dai team global e region, che lavorano a stretto contatto per fornire ai nostri clienti e fan un'esperienza di lusso sostenibile in tutte le occasioni di contatto, a livello globale."

La creazione globale di contenuti di brand marketing viene riunita presso la sede di Stoccarda. Il performance marketing armonizzerà la creazione, l'attivazione e la misurazione delle performance nelle region, facilitando così una comunicazione efficiente, personalizzata e data-driven con i clienti.

“Questa fusione organizzativa garantirà che Mercedes-Benz comunichi con un’unica voce a diversi target group e stakeholder. Con la combinazione intelligente di competenze di stampa e marketing, Mercedes-Benz sta sottolineando il suo ruolo pionieristico nel plasmare una comunicazione orientata al cliente, progressiva e globale ", ha dichiarato Britta Seeger, membro del Boards of Management di Daimler AG e Mercedes-Benz AG e responsabile Sales.