

Sajtóközlemény

BUDAPEST, 2010. OKTÓBER 6.



Európa három vezető márkájának egyike a Vodafone A legnagyobbak közül egyedülként a Vodafone tudta növelni márkaértékét

Az "Eurobrand 2010" felmérés szerint a Vodafone Európa három legértékesebb márkájának egyike. 25,3 milliárd eurós márkaértékével a tavalyi évhez képest egy helyet előre lépve a telekommunikációs szolgáltató a rangsor harmadik helyén áll.

Európa legmeghatározóbb márkáinak listáján az első helyet a luxuscikkeiről ismert francia LVMH (a Louis Vuitton, Hennessy és Moët & Chandon márkák tulajdonosa) foglalja el (márkaértéke 27,6 milliárd euró). A második hely a tavalyi győztes Nokiáé, amelynek márkaértéke a Vodafone-hoz hasonlóan 25,3 milliárd euró. A spanyol távközlési szolgáltató, a Telefónica (21,9 milliárd euró) a hatodik helyre került, míg a Deutsche Telekom (18,0 milliárd euró) nyolcadik a sorban.

A felmérésben 24 ország 16 iparágának több mint 3000 márkáját vizsgálták meg. A gazdasági válság hatására 2009 után idén is folytatódott a vezető cégek márkaértékének erodálódása, hisz Európa 50 vezető márkájának értéke átlagosan 4,4 %-kal csökkent. Az egyetlen cég az első 5 között, amely a trenddel ellentétben növekedni tudott ebben a tekintetben, a Vodafone.

A Millward Brown 2010 áprilisában más módszerrel határozta meg a világ legértékesebb márkáit. Ebben a rangsorban Európában a Vodafone végzett az első helyen, megelőzve az SAP-t, a BMW-t és az LVMH-t. Globálisan a Vodafone a 10. helyet szerezte meg a Google, az IBM, az Apple, a Microsoft, a Coca Cola és a McDonalds mögött, azonban a Nokia, a Disney, a Mercedes, a T-Mobile, az Ebay és a Telefónica O2 előtt.

További információ:

Fülöp Szilvia

Vodafone Magyarország

+36 70 333 2555

sajto@vodafone.hu

Jaczkó Viktória

Eurolex Consulting

+36 70 427 9947

viktoria.jaczko@eurolex.hu