



02-07-2014 07:35 CEST

Ford topper listen over globale merkevarer med høy miljøfaktor

Ford har nå mottatt anerkjennelse for sin forpliktelse til bærekraftig forretningsdrift og utvikling, med en 1. plass på Interbrands 2014-lista over de 50 beste merkevarene med høy miljøprofil i verden. Bilprodusenten slo dermed fjorårvinneren Toyota og tungvektene som Johnson & Johnson, Coca-Cola og Microsoft.

Ford fikk topplasseringen for sin fremtidsrettede tilnærming til miljøansvarlig og bærekraftig produksjon, større åpenhet om hvordan virksomheten drives og for å gjøre informasjon om produksjonen tilgjengelig for offentligheten.

Fords fokus på vann, ble fremhevet i selskapets nylig publiserte 15. årsrapport for bærekraftig produksjon, avfallsreduksjon og miljøbevisste byggeteknikker bidro til selskapets plassering på toppen av Interbrands liste.

- Vi setter stor pris på å bli utropt til det globale varemerke med høyest miljøbevissthet i 2014, sier Robert Brown, leder for bærekraftighet, miljø og sikkerhetskonstruksjon. - Hos Ford arbeider vi for å utvikle produkter med høyest mulig kvalitet for våre kunder og samtidig produsere dem på den mest mulig miljømessig ansvarlige måten uansett hvor i verden produksjonen finner sted. Denne prisen forteller oss at våre omgivelser er enig i at vi gjør det.

Når Interbrand hvert år skal velge ut årets 50 beste globale grønne merkevarer starter de med listen som omfatter deres rapport for de 100 beste globale merkevarene. Merkevarer som kommer inn på denne rangeringslisten har en global tilstedeværelse og har vist at de er bedrifter med høy miljøbevissthet. Interbrand gjennomfører deretter omfattende forbrukerundersøkelser for å fange opp allmennhetens oppfatning av merkets bærekraftige eller miljømessige arbeidsmetoder, og sammenligner dette med miljømessige- eller bærekraftighetsrelaterte data samlet inn og analysert av Deloitte Consulting LLP.

- Gjennom de siste årene har Ford vist seg å være en foregangsbedrift på dette området, sier Jez Frampton, Interbrands globale leder. - Bærekraftighet er fullt ut integrert i Fords totale virksomhetsstrategi. På den måten er selskapet i stand til raskt å identifisere og reagere på hvordan enhver side av driften virker inn på miljøet og lokalsamfunnene der de har sine virksomheter. Fortsatt investering i alternative energikilder og drivstoffbesparende teknologier – og å lære forbrukerne å utnytte deres fordeler, vil være en nøkkel når det gjelder å ytterligere forbedre Ford som merkevare over tid.

For å se hele listen over de 50 beste globale grønne merkevarene for 2014, klikk [her](#).

#

Om Ford Motor Company

*Ford Motor Company er en global bilindustrileder basert i Dearborn, Michigan, USA, som produserer eller distribuerer biler på over seks kontinenter. Med ca. 166.000 ansatte og 70 fabrikker på verdensbasis inkluderer konsernet **bilmerkene** Ford og Lincoln. Konsernet leverer finansielle tjenester gjennom Ford Motor Credit Company. For mer informasjon vedrørende Fords produkter, vennligst besøk www.ford.no*

Ford Europa er ansvarlig for å produsere, selge og vedlikeholde Ford-merkede kjøretøyer i 51 individuelle markeder og har ca. 66.000 ansatte. I tillegg til Ford Motor Credit Company inkluderer Ford Europas virksomheter Ford Customer Service Division og 22 produksjonsenheter, inklusive samarbeidsprosjekter. Den første Ford-bilen ble sendt til Europa i 1903 – samme år som Ford Motor Company ble etablert. Produksjon i Europa startet i 1911.

Kontaktpersoner



Anne Sønsteby

Pressekontakt

Informasjonsdirektør Ford Motor Norge

asonste1@ford.com

+47 - 905 10 518