Pressemelding, 16.12.2004

Matsushita blir Panasonic

Hovedkontoret for Matsushitas virksomhet i Europa, Matsushita Electric Europe Ltd, skifter fra og med den 4. januar 2005 navn til Panasonic Europe Ltd. Navnebyttet indikerer konsernets globale varemerkestrategi for å sette fokus på et forent, globalt varemerke – Panasonic.

Økt kjennskap til varemerker

Bosse Langaas, sjef for markeder og salg i Norden for Panasonic Nordic AS, bekrefter at selskapet på denne måten vil profilere seg på det europeiske markedet.
– Panasonic er det sterkeste varemerket innenfor Matsushita. Derfor skal vi, gjennom å bruke navnet ”Panasonic” og ”Panasonic ideas for life” som slagord i Europa og over hele verden, profilere vårt selskap og styrke våre produkters image. Et annet aspekt er å gjøre det lettere for forbrukere over hele verden å identifisere både selskapet og produktene. På denne måten styrker vi vår konkurransedyktighet på verdensbasis.

Integrerte funksjoner

Bosse Langaas påpeker også viktigheten av å integrere ulike funksjoner i virksomheten og å bruke felles arbeidsmetoder for å oppnå suksess i oppbyggingen av varemerket.

– Et nærmere samarbeid mellom markedsføring, salg, produksjon, forskning og utvikling kombinert med proaktivitet, fleksibilitet og rask handling er forutsetningen for å lykkes i å gjøre Panasonic til et ledende varemerke i Europa.

Panasonics og Matsushitas aktiviteter i Europa har sin base ved det europeiske hovedkontoret i London, som fra og med den 4. januar 2005 går under et nytt navn. Selskapet har datterselskaper, inkludert produksjonsanlegg, markedsselskaper, salgskontor og distributører over hele Europa.

Fra National til Panasonic

Matsushita Electric tok i bruk varemerket ”National” i Japan i 1927. Navnet ble så populært at man begynte å bruke det også i utlandet. Navnet ”Panasonic” ble først introdusert i 1961 i USA der navnet ”National” allerede registrert og kunne derfor ikke brukes. Etter vellykket oppbygging av varemerket i USA begynte selskapet å benytte ”Panasonic” som varemerke i Europa i 1979. I løpet av den siste delen av 80-tallet ble ”Panasonic” også introdusert i andre regioner og for andre produkter. Det var kun innen husholdningsapparater at man fortsatte med navnet ”National”.

I slutten av mars i 2004 ble varemerket for alle elektroniske produkter til hjemmet forandret fra ”National” til ”Panasonic” i Sydøstasia, Midtøsten og Kina. I Japan, der navnet ”National” oppstod, fortsetter man derimot å bruke det gamle navnet.

Om Panasonic

Matsushita Electric Industrial Co. Ltd er en av de verdensledende produsentene av tekniske forbruker-, forretnings- og industriprodukter med fremtredende varemerker som Panasonic, National, Technics og Ramsa. Selskapet omsetter for totalt cirka 500 milliarder kroner og er blant annet notert på børsen i Tokyo, New York, Amsterdam, Düsseldorf, Frankfurt og Paris. Panasonic Nordic AS er et heleid datterselskap med virksomhet i Sverige, Norge og Danmark. Det nordiske selskapet omsetter for mer enn 1,8 milliarder NOK i året og har mer enn 120 ansatte. I Norden markedsføres fortrinnsvis produktgruppene audio/video, HiFi, kontorprodukter, telekommunikasjon, husholdningsprodukter, batterier, profesjonelt kringkastingsutstyr samt elektriske komponenter.

For ytterligere informasjon:

Bosse Langaas, sjef for markeder og salg, Norden
Bosse.langaas@eu.panasonic.com, tlf. +46 8 680 26 77.
Helge Rose, pressekontakt, Norge.
Helge.rose@eu.panasonic.com, tlf. +47 6791 78 17.