

Clasament BrandZ: Principalele 100 de branduri globale cumuleaza 5 trilioane de dolari, în 2020; Amazon, lider cu 416 miliarde

Valoarea cumulata a principalelor 100 de branduri globale incluse în clasamentul BrandZ a ajuns la cinci trilioane de dolari, în acest an, în creștere cu 277 miliarde de dolari (+5,9%) fata de anul precedent, reiese din datele publicate, marti, de Kantar.

Conform ierarhiei, Amazon si-a mentinut pozitia din fruntea clasamentului, atingând valoarea de 415,9 miliarde de dolari (+32%, de la an la an). Pe locul secund al clasamentului se situeaza Apple, cu o creștere de 14%, pâna la 352,2 miliarde de dolari, în timp ce Microsoft a recucerit locul 3 (cu un salt de 30% si o valoare estimata la 326,5 miliarde de dolari), urmat de Google (+5%, 323,6 miliarde de dolari).

Brandurile din Asia reprezinta un sfert dintre cele 100 cuprinse în clasament si includ 17 din China, unde Alibaba a înregistrat o creștere de 16% si o clasare pe locul 6, cu 152,5 miliarde de dolari. În acelasi timp, gigantul serviciilor de Internet - Tencent - a raportat 7,151 miliarde de dolari (+15%) si se afla pe pozitia 7.

Potrivit sursei citate, valoarea cumulata a primelor 100 de branduri din întreaga lume a crescut cu 5,9% fata de anul precedent, la 5 trilioane de dolari, echivalentul Produsului Intern Brut al Japoniei.

Per ansamblu, brandurile din tehnologie au continuat sa domine clasamentul, cu o contributie de peste o treime (37%) la valoarea brandurilor din Top 100 si o creștere generala de 10%.

Editia curenta a BrandZ subliniaza faptul ca inovatia si creativitatea sunt principalele motoare de creștere, în conditiile în care oamenii petrec mai mult timp în mediul online. Unul dintre cele mai captivante branduri nou-lansate este rețeaua de distributie de clipuri video scurte TikTok, care a intrat în top pâna pe locul 79, cu o valoare de 16,9 miliarde de dolari.

Pe segmentul de retail, peste jumatate dintre brandurile din categoria Media & Entertainment figureaza printre primele 20 de marci cu cea mai mare ascensiune - precum Netflix (+34%, valoare curenta de 45,9 miliarde de dolari), care urca opt locuri ajungând pe pozitia 26, apoi Instagram (+47%, valoare de 41,5 miliarde de dolari, urcare de 15 locuri pâna pe 29, LinkedIn (+31%, cu 29,9 miliarde de dolari, locul 43) si Xbox (+18%, 19,6 miliarde de dolari, urcare de 22 de locuri pâna pe 65).

Totodata, brandurile de e-commerce Amazon, Alibaba si JD (+24%, pozitia 52, cu 25,5 miliarde de dolari) au dat dovada de inventivitate si agilitate în aceasta perioada dificila, la fel si unii dintre retailerii cu un profil mai traditional ca Walmart (+24%, pozitia 27, cu 45,8 miliarde de dolari) care a investit în capabilitatile sale de e-commerce.

De asemenea, MasterCard a intrat, în premiera, în Top 10 clasati în acest an, clasamentul principalelor 100 de branduri fiind completat cu cinci jucatori, printre care UnitedHealthcare (numarul 86, cu 15,8 miliarde de dolari), Bank of China (numarul 97, cu 13,7 miliarde de dolari), Lancome (locul 98, cu 13,6 miliarde de dolari) si Pepsi (pozitia 99, cu 13,3 miliarde de dolari).

La nivel general, brandurile din SUA reprezinta mai mult de jumatate dintre marcile incluse în clasamentul BrandZ 100.

Pe de alta parte, patru branduri de lux au ajuns în Top 100 în acest an, cel mai bine clasat fiind Louis Vuitton (+10%, locul 19 si o valoare de 51,8 miliarde de dolari).

Clasamentul Brandz al celor mai valoroase branduri la nivel global, ajuns la cea de-a 15-a editie, este contractat de catre WPP si realizat de Kantar, experti în studii de brand equity si diagnoza de brand.

Ierarhia combina date financiare analizate riguros de catre Bloomberg cu o cercetare vasta care cuprinde peste 3,8 milioane de consumatori din întreaga lume si acopera mai mult de 17.500 de marci din 51 de tari.

Suita de clasamente si evaluari ale brandurilor din cadrul BrandZ™ include Australia, Canada, China, Franta, Germania, India, Indonezia, Italia, Japonia, America Latina (Argentina, Brazilia, Chile, Columbia, Mexic, Peru), Olanda, Africa de Sud, Spania, Marea Britanie si SUA.

Compania Kantar este lider în cercetare de marketing si consultanta, ce activeaza în peste 90 de piete, inclusiv România.