À LIRE AUSSI

Et la plus grosse entreprise mondiale en 2019 est... Amazon ! (https://www.ladn.eu/nouveaux-usages/etude-marketing/top-100-plus-grosses-entreprises-mondiales-2019/)

Le Top 100 des entreprises mondiales qui pèsent le plus lourd en 2020 (https://www.ladn.eu/nouveaux-usages/etude-marketing/le-top-100-des-entreprises-mondiales-qui-pesent-le-plus-lourd/)

4 infos à retenir de la conférence WWDC d'Apple (https://www.ladn.eu/tech-a-suivre/4-infos-conference-wwdc-apple/)

(https://www.ladn.eu/revues/le-livre-des-tendances-2021/)

(https://app.livestorm.co/l-adn/ladn-dance-living-lab)

Les marques résistent mieux à la crise du Covid-19 qu'à celle de 2008

ALICE HUOT (HTTPS://WWW.LADN.EU/AUTHOR/ALICE/) LE 29 JUIN 2020

(https://www.facebook.com/sharer/sharer.php?u=https%3A%2F%2Fwww.ladn.eu%2Fnouveaux-usages%2Fetude-marketing%2Fmarques-resistent-mieux-covid-19-que-2008%2F)

(https://twitter.com/share?text=Les%20marques%20r%C3%A9sistent%20mieux%20%A0%20la%20crise%20du%20Covid-19%20qu%E2%80%99%C3%A0%20celle%20de%20 url=https%3A%2F%2Fwww.ladn.eu%2Fnouveaux-usages%2Fetude-marketing%2Fmarq resistent-mieux-crise-covid-19-que-2008%2F&via=LADN_EU)

(https://www.linkedin.com/shareArticle?mini=true&url=https%3A%2F%2Fwww.ladn.eu%2Fnouveaux-usages%2Fetude-marketing%2Fmarques-resistent-mieux-covid-19-que-2008%2F&source=L%27ADN)

(https://share.flipboard.com/bookmarklet/popout?v=2&title=Top%20100%20des%20plus%20grosses%20entreprises%20du%20monde%20en%20 url=https%3A%2F%2Fwww.ladn.eu%2Fnouveaux-usages%2Fetude-marketing%2Fmarq

utm_medium=article-share&utm_source=www.ladn.eu)

#CORONAVIRUS (HTTPS://WWW.LADN.EU/TAG/CORONAVIRUS/) #ENTREPRISES

Et la plus grosse entreprise mondiale en 2019 est... Amazon ! (https://www.ladn.eu/nouveaux-usages/etude-marketing/top-100-plus-grosses-entreprises-mondiales-2019/)

Le Top 100 des entreprises mondiales qui pèsent le plus lourd en 2020 (https://www.ladn.eu/nouveaux-usages/etude-marketing/le-top-100-des-entreprises-mondiales-qui-pesent-le-plus-lourd/)

4 infos à retenir de la conférence WWDC d'Apple (https://www.ladn.eu/tech-a-suivre/4-infos-conference-wwdc-apple/)

Crise sanitaire ou pas, les marques en Top 10 du classement BrandZ 2020 se portent bien.

Comme chaque année, Kantar dévoile le classement BrandZ des **marques les plus valorisées au monde**. Évidemment, cette édition 2020 est marquée par **la crise sanitaire et économique du Covid-19**. Ainsi, la moitié de la croissance enregistrée pendant les 9 premiers mois de l'étude – soit de mai 2019 à janvier 2020 – a été réduite à néant par la pandémie et les mesures de confinement. La progression des 100 plus grosses entreprises du monde culmine tout de même à +6% - contre +9% sans la crise. Du côté tricolore, on retrouve comme tous les ans des marques de luxe et de cosmétique. Première marque française du classement, Louis Vuitton se classe 19 , suivie de Chanel (34) et Hermès (39).

Le Top 10 des marques les plus puissantes du monde

Au sein du Top 10, on ne note aucun gros changement par rapport à 2019 – à part l'arrivée de MasterCard, aux dépens de At&T. Amazon, Apple, Microsoft et Google sont toujours au sommet du classement dont les 10 premières entreprises sont exclusivement américaines ou chinoises.

1. Amazon
2. Apple
3. Microsoft
4. Google
5. Visa
6. Alibaba
7. Tencent
8. Facebook
9. McDonald's
10. MasterCard

Des marques toujours plus fortes

D'après Kantar, **les marques résistent mieux à la crise du COVID qu'à celle de 2008.** Pour preuve, la valeur cumulée du classement 2020 est de 5 000 milliards de dollars contre « seulement » 1 940 milliards en 2008. À elle seule, **la plateforme de e-commerce de Jeff Bezos** représente un tiers de la croissance totale du Top 100. Et les marques de la catégorie « Technologie », sur-représentées dans le Top 10, concentrent 37% de la valeur totale du classement. Le confinement a accentué notre dépendance aux géants de la Tech (https://www.ladn.eu/tech-a-suivre/netflix-snapchat-

Et la plus grosse entreprise mondiale en 2019 est... Amazon ! (https://www.ladn.eu/nouveaux-usages/etude-marketing/top-100-plus-grosses-entreprises-mondiales-2019/)

Le Top 100 des entreprises mondiales qui pèsent le plus lourd en 2020 (https://www.ladn.eu/nouveaux-usages/etude-marketing/le-top-100-des-entreprises-mondiales-qui-pesent-le-plus-lourd/)

4 infos à retenir de la conférence WWDC d'Apple (https://www.ladn.eu/tech-a-suivre/4-infos-conference-wwdc-apple/)

Être utile

Le confinement a complètement bousculé nos habitudes. Logiquement, les entreprises qui s'en sortent le mieux sont celles qui nous ont été utiles. Que ce soit pour travailler, se divertir ou consommer.

Côté travail, la valeur de Microsoft fait un bon de 30% par rapport à 2019 – où l'entreprise de Bill Gates enregistrait déjà une croissance de 25%. LinkedIn (+31%) et Adobe (+29) font aussi partie des gagnants. En matière de divertissement, Netflix gagne 8 places et se classe à la 26 position. Tandis qu'Instagram en gagne 15 et entre dans le Top 30. TikTok, le réseau social chinois qui a atteint la barre des 2 milliards de téléchargements pendant le confinement (https://www.ladn.eu/media-mutants/case-study-media/tiktok-impose-smartphone-ados/), fait son entrée dans le classement BrandZ. Directement à la 79 place. Enfin, sans surprise, les géants de la consommation, américains comme chinois, ont tiré leur épingle du jeu pendant le confinement. Première marque non-américaine du classement, Alibaba se classe 6 .

Être local

D'après le baromètre Covid-19 de Kantar, réalisé en juin 2020, 51% des consommateurs et consommatrices disent faire davantage attention à l'origine des produits et des services qu'ils achètent. Ainsi, les marques qui jouent sur leur origine connaissent une forte croissance. Le géant de la Tech chinoise Tencent atteint donc la 7 place grâce à son marché local. La plus grosse hausse vient aussi du pays de l'Empire du milieu. Il s'agit de la marque d'alcool Moutai qui bondit de 17 places et dont la valorisation connaît une augmentation de 58%.

Hors du marché chinois, l'étude BrandZ cite également en exemple Toyota, la marque nippone qui a choisi de faire fabriquer son modèle Yaris en France. Alors que le secteur automobile accuse une baisse de 7%, Toyota limite la casse à -3%.

Être sûr

La pandémie a fait émerger des besoins très forts en hygiène et en sécurité. Les marques qui se placent sur ce créneau voient leur valeur croître. Le Covid-19 a accéléré l'usage du *cashless* (https://www.ladn.eu/tech-a-suivre/cashless-festival-pourquoi-agace/) dans notre quotidien. Ainsi MasterCard, Visa et Paypal se classent dans le Top 25. Côté sanitaire, les marques de cosmétique se portent bien également, L'Oréal Paris a la 44 place et Lancôme devient la 6 entreprise française à atteindre le Top 100.

Être économique

Qui dit crise économique, dit réduction du pouvoir d'achat. Le baromètre Covid-19 de juin 2020 indique que 65% des personnes interrogées font davantage attention aux prix. Les marques qui permettent aux consommateurs et consommatrices de moins dépenser sont naturellement gagnantes. Dans le Top 100, on retrouve donc les supermarchés discount Aldi (84e) et Costco (47).

Être engagé (ou en avoir l'air)

La pandémie de nouveau coronavirus n'est pas sortie de nulle part. Et les experts nous alertent sur ses liens avec l'activité humaine sur l'environnement

Et la plus grosse entreprise mondiale en 2019 est... Amazon ! (https://www.ladn.eu/nouveaux-usages/etude-marketing/top-100-plus-grosses-entreprises-mondiales-2019/)

Le Top 100 des entreprises mondiales qui pèsent le plus lourd en 2020 (https://www.ladn.eu/nouveaux-usages/etude-marketing/le-top-100-des-entreprises-mondiales-qui-pesent-le-plus-lourd/)

4 infos à retenir de la conférence WWDC d'Apple (https://www.ladn.eu/tech-a-suivre/4-infos-conference-wwdc-apple/)

de-vie/liens-destruction-environnement-pandemie/). En cette période post-confinement, les consommateurs et consommatrices se disent particulièrement sensibles aux questions écologiques. Ainsi, l'étude BrandZ montre que les industries dont l'impact est reconnu comme négatif sur l'environnement sont à la peine. H&M, emblème de la *fast fashion*, (https://www.ladn.eu/nouveaux-usages/etude-marketing/fast-fashion-chiffres-2019/) perd 27% de sa valeur alors que le secteur de la mode est stable. Même constat, dans l'industrie automobile qui accuse une baisse de 7%. Tesla est la seule marque du secteur à la hausse avec +22% d'augmentation de sa valeur.

Le classement complet des 100 plus grosses marques du monde

SECTION TWO

	Brand	Category	Brand Value 2020 $Mil.	Brand Contribution	Brand Value % Change 2020 vs. 2019	Rank Change	Country of Origin
1	amazon	Retail	415.855	4	+32%	0	US
2		Technology	352.206	4	+14%	0	US
3	Microsoft	Technology	326.544	4	+30%	1	US
4	Google	Technology	323.601	4	+5%	-1	US
5	VISA	Payments	186.809	4	+5%	0	US
6	Alibaba Group 阿里巴巴集团	Retail	152.325	3	+16%	1	China
7	Tencent 腾讯	Technology	150.978	4	+15%	1	China
8	FACEBOOK	Technology	147.190	4	-7%	-2	US
9	McDonald's	Fast Food	129.321	4	-1%	0	US
10	Mastercard	Payments	108.129	4	+18%	2	US
11	AT&T	Telecom Providers	105.833	3	-2%	-1	US
12	verizon	Telecom Providers	94.662	4	+0%	-1	US
13	Coca-Cola	Beverages	84.022	5	+4%	1	US
14	IBM	Technology	83.667	4	-3%	-1	US
15	Marlboro	Tobacco	58.247	3	-19%	0	US
16		Retail	57.585	3	+8%	3	US
17	SAP	Technology	57.578	3	+0%	-1	Germany
18		Alcohol	53.755	4	+58%	17	China
19	LOUIS VUITTON	Luxury	51.777	4	+10%	3	France
20	ups	Logistics	50.748	4	-8%	-2	US
21		Apparel	49.962	4	+5%	0	US
22	Disney	Entertainment	48.802	4	-14%	-5	US
23	PayPal	Payments	48.453	5	+10%	3	US
24		Fast Food	47.753	4	+4%	0	US
25	xfinity	Telecom Providers	46.973	3	-4%	-5	US

Source: BrandZ™ / Kantar (including data from Bloomberg)
Brand contribution measures the influence of brand a lens on financial value, on a scale of 1 to 5, 5 being the highest

BRANDZ™ TOP 100 MOST VALUABLE GLOBAL BRANDS 2020

	Brand	Category	Brand Value 2020 $Mil.	Brand Contribution	Brand Value % Change 2020 vs. 2019	Rank Change	Country of Origin
26	NETFLIX	Entertainment	45.889	3	+34%	8	US
27	Walmart	Retail	45.783	2	+24%	5	US
28	Spectrum	Telecom Providers	42.917	2	+12%	2	US
29	Instagram	Technology	41.501	4	+47%	15	US
30	accenture	Technology	41.437	3	+6%	-2	US
31	ICBC 中国工商银行	Regional Banks	38.149	2	-1%	-2	China
32	T	Telecom Providers	37.297	3	-16%	-7	Germany
33	intel	Technology	37.257	2	+17%	3	US
34	CHANEL	Luxury	36.120	5	-2%	-3	France
35	Adobe	Technology	35.904	2	+29%	10	US
36	中国移动 China Mobile	Telecom Providers	34.583	4	-12%	-9	China
37	YouTube	Entertainment	33.976	4	+15%	2	US
38	中国平安 PING AN	Insurance	33.810	3	+15%	2	China
39	HERMÈS PARIS	Luxury	33.008	5	+7%	-2	France
40	SAMSUNG	Technology	32.580	4	+7%	-2	South Korea
41	salesforce	Technology	30.489	3	+13%	5	US
42	WELLS FARGO	Regional Banks	30.443	3	-34%	-19	US
43	LinkedIn	Technology	29.936	4	+31%	15	US
44	L'ORÉAL PARIS	Personal Care	29.468	4	+4%	-1	France
45	HUAWEI	Technology	29.412	3	+9%	2	China
46		Payments	29.333	4	-16%	-13	US
47	Costco WHOLESALE	Retail	28.677	3	+35%	15	US
48	TOYOTA	Cars	28.388	4	-3%	-7	Japan
49	GUCCI	Luxury	27.238	5	+8%	3	Italy
50	ORACLE	Technology	26.925	2	+2%	0	US

The Brand Value of Coca-Cola includes Diet Coke, Coca-Cola Light and Coca-Cola Zero

	Brand	Category	Brand Value 2020 $Mil.	Brand Contribution	Brand Value % Change 2020 vs. 2019	Rank Change	Country of Origin
51	CISCO	Technology	26.254	2	-9%	-9	US
52	JD.COM	Retail	25.494	3	+24%	14	China
53	Budweiser	Beer	24.356	4	-7%	-2	US
54	美团 Meituan	Lifestyle Platform	23.911	5	+27%	24	China
55	vodafone	Telecom Providers	23.128	3	-13%	-6	UK
56	Mercedes-Benz	Cars	21.349	4	-9%	-2	Germany
57	ZARA	Apparel	21.286	3	-6%	4	Spain

L'ADN

Et la plus grosse entreprise mondiale en 2019 est... Amazon ! (https://www.ladn.eu/nouveaux-usages/etude-marketing/top-100-plus-grosses-entreprises-mondiales-2019/)

Le Top 100 des entreprises mondiales qui pèsent le plus lourd en 2020 (https://www.ladn.eu/nouveaux-usages/etude-marketing/le-top-100-des-entreprises-mondiales-qui-pesent-le-plus-lourd/)

4 infos à retenir de la conférence WWDC d'Apple (https://www.ladn.eu/tech-a-suivre/4-infos-conference-wwdc-apple/)

SECTION TWO

58	China Construction Bank	Regional Banks	21.089	2	-7%	1
59	HDFC BANK	Regional Banks	20.796	4	-8%	1
60	RBC	Regional Banks	20.732	4	-9%	-3
61		Cars	20.517	4	-12%	-6
62	CHASE	Regional Banks	20.462	3	+0%	5
63	NTT	Telecom Providers	20.341	2	+1%	7
64	DiDi	Transport	20.041	4	+0%	7
65	XBOX	Entertainment	19.632	2	+18%	22
66		Telecom Providers	19.392	3	-6%	-2
67	HSBC	Global Banks	18.747	3	-19%	-11
68	Haier	IoT Ecosystem	18.713	5	+15%	21
69	中国农业银行	Regional Banks	18.639	2	+2%	13
70	Pampers	Baby Care	18.502	5	-1%	9
71	DELL Technologies	Technology	18.194	3	-2%	10
72	IKEA	Retail	18.017	3	-5%	4
73		Insurance	17.815	3	+10%	17
74	J.P.Morgan	Global Banks	17.649	3	-11%	-1
75	LIC	Insurance	17.509	3	-14%	-7

Source: BrandZ™ / Kantar (including data from Bloomberg)
Brand contribution measures the influence of brand alone on financial value, on a scale of 1 to 5, 5 being the highest

	Brand	Category	Brand Value 2020 $Mil.	Brand Contribution	Brand Value % Change 2020 vs. 2019	Rank Change	Country of Origin
76	Colgate	Personal Care	17.429	4	-1%	8	
77	TD	Regional Banks	17.339	3	-13%	-5	
78	BANK OF AMERICA	Regional Banks	16.924	2	-6%	5	
79	TikTok	Entertainment	16.878	5	NEW		
80	movistar	Telecom Providers	16.658	3	-14%	-5	
81	Xiaomi	Technology	16.644	3	-16%	-7	
82	KFC	Fast Food	16.584	3	-4%	3	
83		Energy	16.129	1	-22%	-18	
84		Retail	15.927	3	+8%	12	
85	Uber	Transport	15.848	3	-35%	-32	
86	UnitedHealthcare	Insurance	15.799	2	NEW		
87	citi	Global Banks	15.666	3	-17%	-10	
88	FedEx.	Logistics	15.461	5	-23%	-19	
89	Gillette	Personal Care	15.116	5	+7%	9	
90	BCA	Regional Banks	14.917	4	+11%	9	
91	Baidu 百度	Technology	14.840	5	-29%	-28	
92	adidas	Apparel	14.812	4	+11%	8	
93	DHL	Logistics	14.530	4	-13%	-5	
94	SIEMENS	Conglomerate	13.981	2	-9%	-2	
95	SUBWAY	Fast Food	13.768	4	-20%	-9	
96	Lowe's	Retail	13.717	2	-8%	-2	
97	中国银行 BANK OF CHINA	Regional Banks	13.686	2	NEW		
98	LANCÔME PARIS	Personal Care	13.617	5	+11%	N/A	
99	pepsi	Beverages	13.319	4	NEW		
100	CommonwealthBank	Regional Banks	13.155	3	-17%	-9	

The Brand Value of Budweiser includes Bud Light
The Brand Value of Pepsi includes Diet

BRANDZ™ TOP 100 MOST VALUABLE GLOBAL BRANDS 2020

Alice Huot - Le 29 juin 2020