



BRANDZ™ Top 100 Résultats 2010

pour **LesEchos**
LE QUOTIDIEN DE L'ÉCONOMIE



BrandZ mesure la relation Marque/Consommateur

Attachement



Supériorité



Performanc



Pertinence



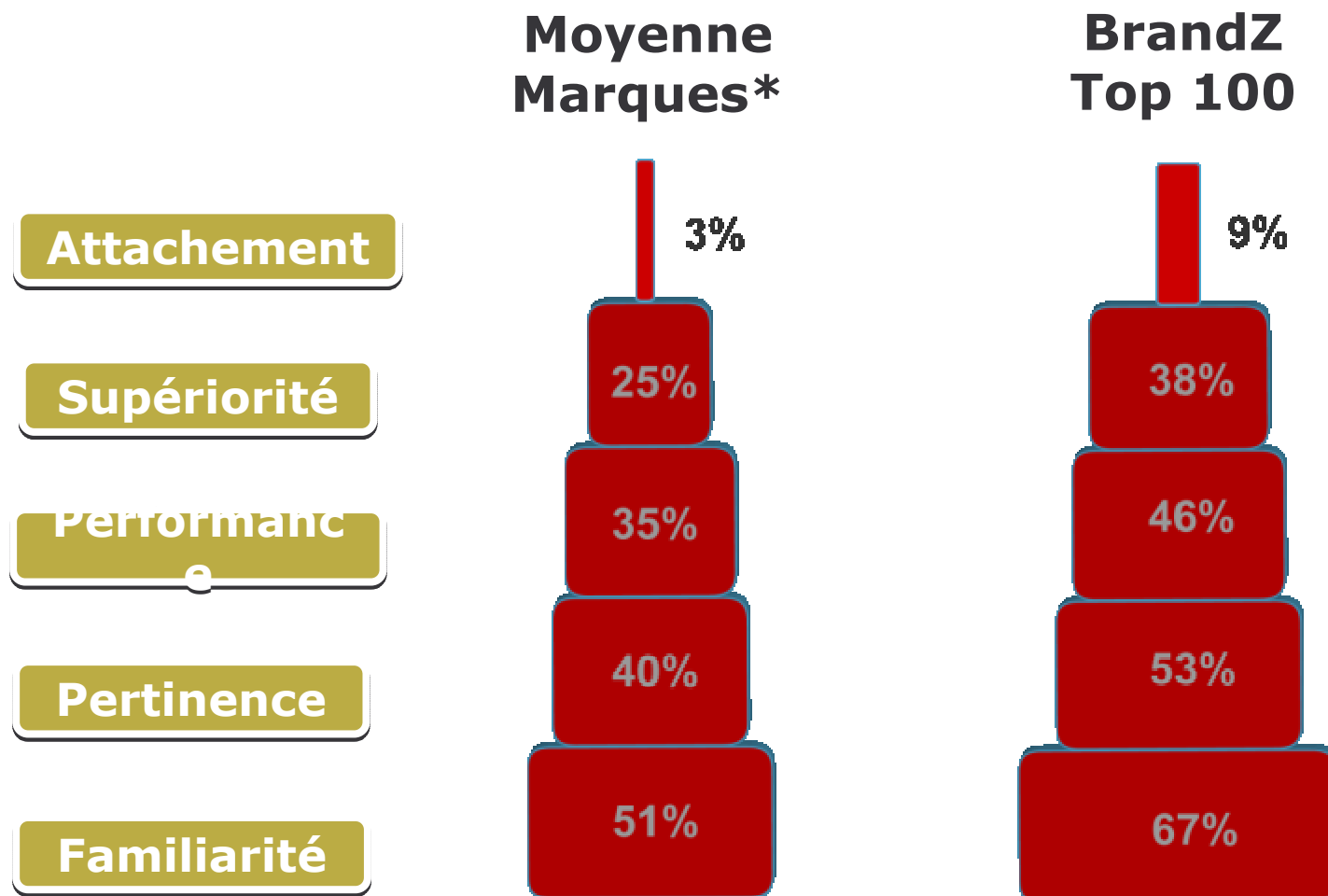
Familiarité



MillwardBrown



BrandZ mesure la relation Marque/Consommateur





Méthodologie de BrandZ Top 100



Qu'est ce que BrandZ ?

BrandZ est une étude quantitative gérée par Millward Brown et menée chaque année pour le compte du groupe WPP. L'étude existe depuis 1998 et s'appuie sur le modèle de mesure de capital de marque développé par Millward Brown, BrandDynamics™. BrandZ quantifie la force de la relation entre les marques et les consommateurs par catégorie de produits/ services, et mesure le capital des marques.

La méthodologie du classement BrandZ Top 100

1re étape

Millward Brown analyse les comptes publics des entreprises afin de déterminer les profits immatériels de la marque. Nous allouons ensuite ces profits aux différents pays où la marque est présente.

2e étape

Nous déterminons le pourcentage de loyauté des consommateurs pour un produit ou un service, attribuable à la marque (et non à d'autres facteurs tels que le prix par exemple). Ce

pourcentage est appelé contribution de marque, et reflète la part des revenus générés par les clients/ consommateurs les plus fidèles. Cette contribution est calculée à partir des données de l'étude BrandZ, par marque et par pays.

3e étape

Nous analysons les prévisions financières et sectorielles de l'entreprise, ainsi que la probabilité de croissance exprimée par le Voltage™ (mesure provenant de BrandZ) afin de déterminer au final le potentiel de croissance ou de risque pour la marque étudiée.

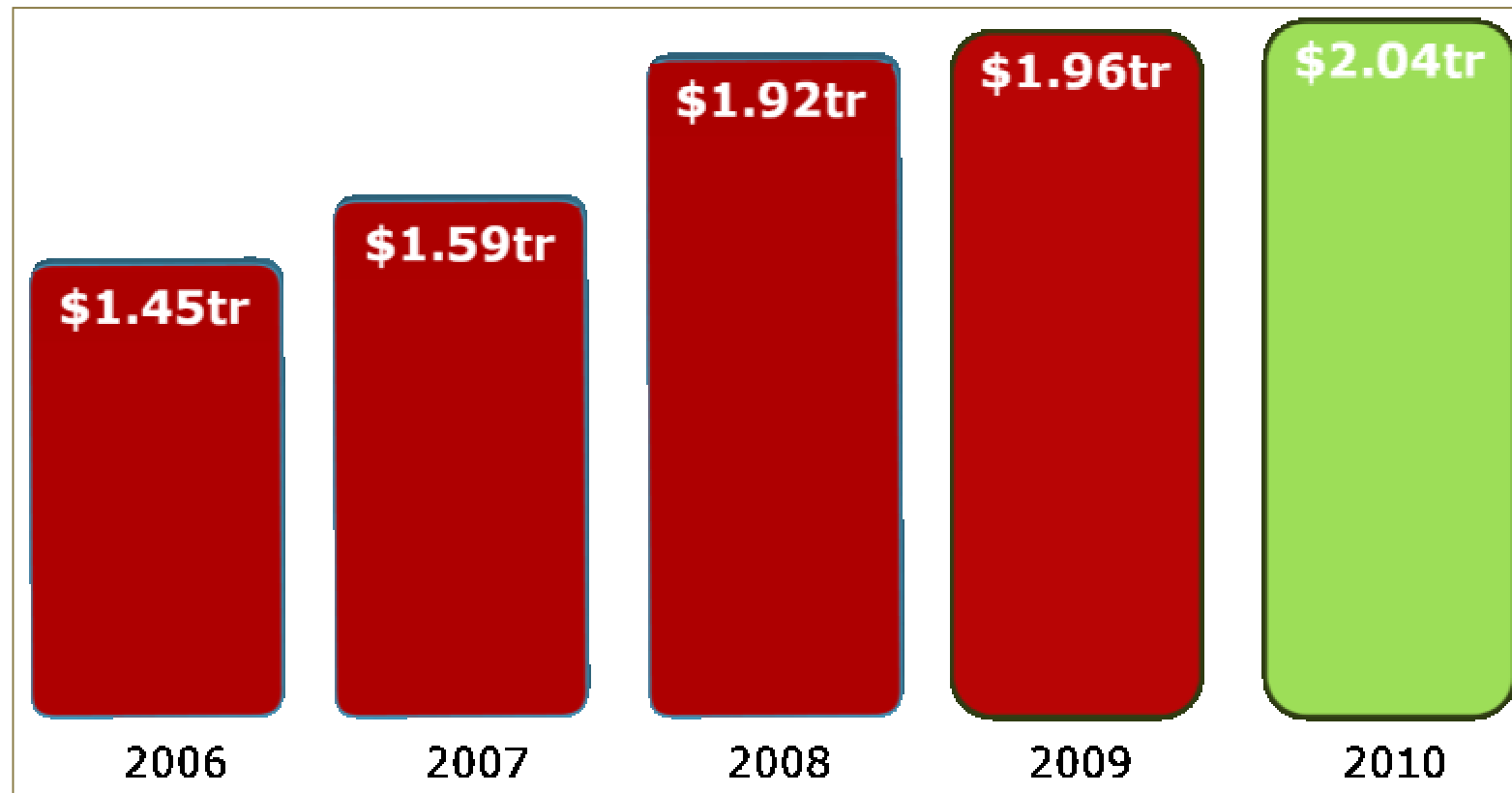
Les indicateurs clés de BrandZ Top 100

Pour chaque marque du classement, nous calculons et fournissons les indicateurs suivants :

- La valeur de marque : exprimée en milliards de \$
- La contribution de marque : poids du capital de marque (indice de 1 à 5)
- L'indice de dynamisme : indique le potentiel de croissance à court terme (indice de 1 à 10)



Valeur des Marques du Top 100 : **+ 4%**





BrandZ Top 10 en 2010 vs 2009

1.		+14%	6.		- 1%
2.		+30%	7.		+15%
3.		+32%	8.		-14%
4.		=	9.		-25%
5.		+ 1%	10.		-17%

Le top 100 en détail



Top 100 (1 à 10)

#	Δ	Brand	Brand value (\$M)	BV Δ
1	=	Google	114,260	14%
2	2	IBM	86,383	30%
3	3	Apple	83,153	32%
4	-2	Microsoft	76,344	0%
5	-2	Coca-Cola*	67,983	1%
6	-1	McDonald's	66,005	-1%
7	3	Marlboro	57,047	15%
8	-1	China Mobile	52,616	-14%
9	-1	GE	45,054	-25%
10	-1	Vodafone	44,404	-17%

Source: Millward Brown Optimor (Including data from BrandZ, Datamonitor and Bloomberg)

*Value includes Lites, Diets & Zero



Top 100 (11 à 20)

#	Δ	Brand	Brand value (\$M)	BV Δ
11	1	ICBC	43,927	15%
12	5	HP	39,717	48%
13	-2	Walmart	39,421	-4%
14	2	BlackBerry	30,708	12%
15	11	Amazon	27,459	29%
16	-1	UPS	26,492	-5%
17	4	Tesco	25,741	12%
18	18	Visa	24,883	52%
19	6	Oracle	24,817	16%
20	14	Verizon Wireless	24,675	39%



Top 100 (21 à 30)

#	Δ	Brand	Brand value (\$M)	BV Δ
21	-2	SAP	24,291	3%
22	6	at&t	23,714	18%
23	7	HSBC	23,408	23%
24	3	Bank of China	21,960	4%
25	-7	BMW	21,816	-9%
26	-12	Toyota	21,769	-27%
27	-3	China Construction Bank	20,929	-8%
28	-6	Gillette	20,663	-10%
29	=	Louis Vuitton	19,781	2%
30	7	Wells Fargo	18,746	16%



Top 100 (31 à 40)

#	Δ	Brand	Brand value (\$M)	BV Δ
31	7	Santander	18,012	12%
32	=	Nintendo*	17,834	-2%
33	-2	Pampers	17,434	-8%
34	New	BP	17,283	NA
35	-2	Cisco	16,719	-7%
36	12	RBC	16,608	12%
37	4	Bank of America	16,393	6%
38	14	Budweiser**	15,991	20%
39	New	ExxonMobil	15,476	NA
40	New	Shell	15,112	NA

Source: Millward Brown Optimor (Including data from BrandZ, Datamonitor and Bloomberg)

*Value includes Wii and Nintendo DS

**Value includes Bud Light



Top 100 (41 à 50)

#	Δ	Brand	Brand value (\$M)	BV Δ
41	-21	Disney	15,000	-35%
42	5	Carrefour	14,980	0%
43	-30	Nokia	14,866	-58%
44	-1	Accenture	14,734	-2%
45	New	ICICI	14,454	NA
46	4	Honda	14,303	-2%
47	9	Colgate	14,224	15%
48	-25	Intel	14,210	-38%
49	-4	L'Oréal	14,129	-6%
50	3	Orange	14,018	6%



Top 100 (51 à 60)

#	Δ	Brand	Brand value (\$M)	BV Δ
51	New	PetroChina	13,935	NA
52	-6	American Express	13,912	-7%
53	-13	Mercedes	13,736	-11%
54	-5	Citi	13,403	-8%
55	8	T-Mobile	13,010	20%
56	-1	BBVA	12,977	3%
57	-18	NTT DoCoMo	12,969	-18%
58	-14	Pepsi*	12,752	-15%
59	=	Nike	12,597	5%
60	2	Movistar	12,434	14%

Source: Millward Brown Optimor (Including data from BrandZ, Datamonitor and Bloomberg)

*Value includes Diets and Lites



Top 100 (61 à 70)

#	Δ	Brand	Brand value (\$M)	BV Δ
61	5	Chase	12,426	17%
62	-5	Target	12,148	-1%
63	-5	H&M	12,131	+1%
64	-4	SUBWAY	12,032	9%
65	-30	Porsche	12,021	-31%
66	-24	Dell	11,938	-23%
67	20	MasterCard	11,659	57%
68	33	Samsung	11,351	80%
69	New	Telcel	10,850	NA
70	7	O2	10,593	23%



Top 100 (71 à 80)

#	Δ	Brand	Brand value (\$M)	BV Δ
71	-10	TD	10,274	-7%
72	-1	MTS	9,723	6%
73	New	Petrobras	9,675	NA
74	-5	FedEx	9,418	-1%
75	32	Baidu	9,356	62%
76	-22	eBay	9,328	-28%
77	-26	Siemens	9,293	-31%
78	10	Goldman Sachs	9,283	25%
79	-15	Wrigley's	9,201	-15%
80	-4	Zara	8,986	4%



Top 100 (81 à 90)

#	Δ	Brand	Brand value (\$M)	BV Δ
81	-11	Home Depot	8,971	-3%
82	-3	Red Bull*	8,917	9%
83	-9	ALDI	8,747	1%
84	-17	Nissan	8,607	-16%
85	4	Starbucks**	8,490	17%
86	-4	Hermès	8,457	8%
87	3	Barclays	8,383	20%
88	New	U.S. Bancorp	8,377	NA
89	-11	Standard Chartered	8,327	1%
90	-10	China Merchants Bank	8,236	2%

Source: Millward Brown Optimor (Including data from BrandZ, Datamonitor and Bloomberg)

*Value includes Sugar-free and Cola

**Value includes stores as well as coffee sold at supermarket



Top 100 (91 à 100)

#	Δ	Brand	Brand value (\$M)	BV Δ
91	=	State Farm	8,214	19%
92	-20	Beeline	8,160	-8%
93	-10	J.P. Morgan	8,159	4%
94	8	Sony*	8,147	30%
95	-3	Morgan Stanley	8,003	18%
96	-31	Auchan	7,848	NA
97	-11	Gucci	7,588	2%
98	=	Bradesco	7,450	13%
99	-24	Avon	7,293	-16%
100	-1	TIM	7,280	14%

Source: Millward Brown Optimor (Including data from BrandZ, Datamonitor and Bloomberg)

*Value includes PlayStation 2 and 3, as well as PSP

Les nouvelles entrées



Les nouvelles entrées du Top 100

#	Δ	Brand	Brand value (\$M)	BV Δ
34	New	BP	17,283	N/A
39	New	ExxonMobil	15,476	N/A
40	New	Shell	15,112	N/A
45	New	ICICI	14,454	N/A
51	New	PetroChina	13,935	N/A
68	NA	Samsung	11,351	80%
69	New	Telcel	10,850	N/A
73	New	Petrobras	9,675	N/A
75	New	Baidu	9,356	N/A
88	New	US Bancorp	8,377	N/A`
94	NA	Sony	8,147	30%

Les plus fortes croissances



Les plus fortes croissances (1 à 10)

#	Brand	Brand value (\$M)	BV Δ
1	Samsung	11,351	80%
2	Baidu	9,356	62%
3	MasterCard	11,659	57%
4	Next	2,569	54%
5	Visa	24,883	52%
6	HP	39,717	48%
7	Verizon Wireless	24,675	39%
8	Apple	83,153	32%
9	IBM	86,383	30%
10	Sony	8,147	30%



Les plus fortes croissances (11 à 20)

#	Brand	Brand value (\$M)	BV Δ
11	Amazon	27,459	29%
12	Goldman Sachs	9,283	25%
13	HSBC	23,408	23%
14	O2	10,593	23%
15	Skol	2,722	22%
16	Gatorade	2,935	22%
17	Corona	5,196	21%
18	Evian	907	21%
19	Budweiser	15,991	20%
20	T-Mobile	13,010	20%

Top 15

par importance de la contribution de la
marque à la valeur



Top 15 (par importance de la contribution de la marque à la valeur)

#	Brand	Brand value (\$M)
1	Moët & Chandon	4,279
2	Baidu	9,356
3	Wrigley's	9,201
4	Skol	2,722
5	Tide	7,068
6	Douwe Egberts	619
7	Hennessy	5,368
8	Pampers	17,434
9	Louis Vuitton	19,781
10	Gillette	20,663
11	Chanel	5,547
12	Hermès	8,457
13	Porsche	12,021
14	Carlsberg	3,165
15	BMW	21,816

Top 15 par dynamisme



Top 10 des marques (par dynamisme)

#	Brand	Brand value (\$M)	BM
1	Baidu	9,356	10
2	Skol	2,722	10
3	Google	114,260	9
4	China Mobile	52,616	9
5	Amazon	27,459	9
6	Visa	24,883	9
7	Verizon Wireless	24,675	9
8	Santander	18,012	9
9	RBC	16,608	9
10	Bank of America	16,393	9

Croissance annuelle des catégories



Croissance annuelle des catégories

Category	Brand value growth
Financial Institutions	12%
Beer	10%
Technology	6%
Fast Food	1%
Retail	-1%
Soft Drinks	-1%
Mobile Operators	-1%
Bottled Water	-2%
Gaming Consoles	-3%
Spirits	-3%
Luxury	-3%
Apparel	-4%
Personal Care	-4%
Coffee	-6%
Insurance	-7%
Cars	-15%

Top 10

par valeur de marque – Amérique du Nord



Top 10 par valeur de marque – Amérique du Nord

Rank Top 100	#	Rank Δ	Brand	Brand Value '10 (\$m)	Brand Contribution '10	Brand Momentum '10
1	1	=	Google	114,260	5	9
2	2	+2	IBM	86,383	4	4
3	3	+3	Apple	83,153	5	8
4	4	-2	Microsoft	76,344	5	7
5	5	-2	Coca-Cola	67,983	5	6
6	6	-1	McDonald's	66,005	5	6
7	7	+1	Marlboro	57,047	4	7
9	8	-1	GE	45,054	1	2
10	9	NA	HP	39,717	3	6
11	10	-1	Walmart	39,421	2	8

Top 10

par valeur de marque – Europe (UK inclus)



Top 10 par valeur de marque – Europe (UK inclus)

Rank Top 100	#	Rank Δ	Brand	Brand Value '10 (\$m)	Brand Contribution '10	Brand Momentum '10
10	1	=	Vodafone	44,404	3	4
17	2	+3	Tesco	25,741	5	4
21	3	+1	SAP	24,291	3	5
23	4	+3	HSBC	23,408	4	3
25	5	-2	BMW	21,816	5	6
29	6	=	Louis Vuitton	19,781	5	8
31	7	+2	Santander	18,012	3	9
34	8	NA	BP	17,283	1	3
40	9	NA	Shell	15,112	1	3
42	10	NA	Carrefour	14,980	5	7

Top 10

par valeur de marque – Europe Continentale



Top 10 par valeur de marque – Europe Continentale

Rank Top 100	#	Rank Δ	Brand	Brand Value '10 (\$m)	Brand Contribution '10	Brand Momentum '10
21	1	+2	SAP	24,291	3	5
25	2	=	BMW	21,816	5	6
29	3	+1	Louis Vuitton	19,781	5	8
31	4	+2	Santander	18,012	3	9
42	5	+4	Carrefour	14,980	5	7
43	6	-5	Nokia	14,866	4	5
49	7	+1	L'Oréal	14,129	5	6
50	8	NA	Orange	14,018	2	6
53	9	-2	Mercedes	13,736	5	3
54	10	NA	T-Mobile	13,010	3	8

Top 10 par valeur de marque – UK



Top 10 par valeur de marque – UK

Rank Top 100	#	Rank Δ	Brand	Brand Value '10 (\$m)	Brand Contribution '10	Brand Momentum '10
10	1	=	Vodafone	44,404	3	4
17	2	=	Tesco	25,741	5	4
23	3	=	HSBC	23,408	4	3
34	4	NA	BP	17,283	1	3
40	5	NA	Shell	15,112	1	3
70	6	-2	O2	10,593	2	7
87	7	-1	Barclays	8,383	1	7
89	8	-3	Standard Chartered	8,327	1	6
-	9	-2	Marks & Spencer	5,699	5	3
-	10	=	Smirnoff	4,886	4	6

Top 10 par valeur de marque – Asie



Top 10 par valeur de marque – Asie

Rank Top 100	#	Rank Δ	Brand	Brand Value '10 (\$m)	Brand Contribution '10	Brand Momentum '10
8	1	=	China Mobile	52,616	5	9
11	2	=	ICBC	43,927	4	7
24	3	+2	Bank of China	21,960	3	6
26	4	-1	Toyota	21,769	5	4
27	5	-1	China Construction Bank	20,929	3	7
32	6	=	Nintendo	17,834	3	8
45	7	NA	ICICI	14,454	1	9
46	8	=	Honda	14,303	3	4
51	9	NA	PetroChina	13,935	1	5
58	10	-3	NTT DoCoMo	12,969	3	7

Top 7

par valeur de marque – Amérique Latine



Top 7 par valeur de marque – Amérique Latine

Rank Top 100	#	Rank Δ	Brand	Brand Value '10 (\$m)	Brand Contribution '10	Brand Momentum '10
69	1	NA	Telcel	10,850	4	9
73	2	NA	Petrobras	9,675	1	8
98	3	NA	Bradesco	7,450	2	9
NA	4	NA	Itaú	6,671	2	9
NA	5	NA	Banco do Brasil	5,531	2	9
NA	6	NA	Corona	5,196	5	8
NA	7	NA	Claro	4,176	1	9

A à Z

Classements par catégorie

Technologies



Valeur des marques et évolutions annuelles

#	Δ	Brand	Parent Company	Brand value (\$M)	BV Δ
1	=	Google	Google Inc	114,260	14%
2	1	IBM	International Business Machines Corp	86,383	30%
3	1	Apple	Apple Computer, Inc	83,153	32%
4	-2	Microsoft	Microsoft Corporation	76,344	0%
5	2	HP	Hewlett-Packard Company	39,717	48%
6	=	BlackBerry	Research In Motion Ltd	30,708	12%
7	3	Oracle	Oracle Corporation	24,817	16%
8	=	SAP	SAP AG	24,291	3%
9	2	Cisco	Cisco Systems Inc	16,719	-7%
10	-5	Nokia	Nokia Corporation	14,866	-58%



Valeur des marques et évolutions annuelles

#	Δ	Brand	Parent Company	Brand value (\$M)	BV Δ
11	2	Accenture	Accenture Ltd	14,734	-2%
12	-3	Intel	Intel Corporation	14,210	-38%
13	-1	Dell	Dell Inc.	11,938	-23%
14	3	Samsung	Samsung Electronics Co., Ltd.	11,351	80%
15	4	Baidu	Baidu.cn	9,356	62%
16	-2	Siemens	Siemens AG	9,293	-31%
17	1	Sony*	Sony Corporation	7,516	20%
18	New	Infosys	Infosys Technologies Limited	6,442	NA
19	-4	Canon	Canon Inc	5,978	-32%
20	New	Facebook	Facebook Inc	5,524	NA

Source: Millward Brown Optimor (Including data from BrandZ, Datamonitor and Bloomberg)

*Sony value in the Technology sector does not include Games Consoles

MillwardBrown

Habillement



Valeur des marques et évolutions annuelles

#	Δ	Brand	Parent Company	Brand value (\$M)	BV Δ
1	1	Nike	Nike Inc	12,597	5%
2	-1	H&M	H&M Hennes & Mauritz AB	12,131	1%
3	=	Zara	Inditex Group	8,986	4%
4	=	Esprit	Esprit Holdings Limited	4,745	-28%
5	=	Adidas	Adidas AG	3,263	-34%
6	=	Ralph Lauren	Polo Ralph Lauren Corporation	2,857	-6%
7	1	Next	Next plc	2,569	54%
8	-1	Puma	Puma AG Rudolf Dassler Sport	1,747	-8%
9	=	Gap	The Gap Inc.	1,321	2%
10	1	Levi's	Levi Strauss & Co.	920	3%

Bières



Valeur des marques et évolutions annuelles

#	Δ	Brand	Parent Company	Brand value (\$M)	BV Δ
1	=	Bud Light	Anheuser-Busch InBev	8,153	22%
2	=	Budweiser	Anheuser-Busch InBev	7,838	18%
3	=	Heineken	Heineken N.V.	5,204	3%
4	1	Corona	Grupo Modelo, S.A. de C.V.	5,196	21%
5	-1	Stella Artois	Anheuser-Busch InBev	4,808	7%
6	=	Carlsberg	Carlsberg A/S	3,165	-10%
7	1	Skol	Anheuser-Busch InBev	2,722	22%
8	-1	Miller Lite	SABMiller plc	2,344	-7%
9	1	Kronenbourg 1664	Carlsberg A/S	1,761	6%
10	-1	Amstel	Heineken N.V.	1,756	-11%

Source: Millward Brown Optimor (Including data from BrandZ, Datamonitor and Bloomberg)

Eaux embouteillées



Valeur des marques et évolutions annuelles

#	Δ	Brand	Parent Company	Brand value (\$M)	BV Δ
1	1	Evian	Groupe Danone	907	21%
2	-1	Aquafina	PepsiCo Inc	785	-3%
3	=	Perrier	Nestle SA	653	-5%
4	=	Dasani	The Coca-Cola Company	602	-1%
5	=	Volvic	Groupe Danone	564	6%
6	=	Poland Spring	Nestle SA	487	-3%
7	=	Pure Life*	Nestle SA	361	-21%
8	=	Vittel	Nestle SA	335	-3%
9	=	Levissima	Nestle SA	303	-6%
10	=	Contrex	Nestle SA	241	-16%

Source: Millward Brown Optimor (Including data from BrandZ, Datamonitor and Bloomberg)

*Restated last year's figure due to better research

MillwardBrown

Automobile



Valeur des marques et évolutions annuelles

#	Δ	Brand	Parent Company	Brand value (\$M)	BV Δ
1	1	BMW	Bayerische Motoren Werke AG	21,816	-9%
2	-1	Toyota	Toyota Motor Corporation	21,769	-27%
3	2	Honda	Honda Motor Company Ltd	14,303	-2%
4	=	Mercedes	Daimler AG	13,736	-11%
5	-2	Porsche	Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG	12,021	-31%
6	=	Nissan	Nissan Motor Company Ltd	8,607	-16%
7	=	Ford	Ford Motor Company	7,039	19%
8	=	VW	Volkswagen AG	6,994	20%
9	2	Audi	Volkswagen AG	3,624	2%
10	2	Renault	Renault	3,260	-4%

Café



Valeur des marques et évolutions annuelles

#	Δ	Brand	Parent Company	Brand value (\$M)	BV Δ
1	=	Nescafé	Nestle SA	5,309	-6%
2	=	Nespresso	Nestle SA	2,799	14%
3	+1	Maxwell House	Kraft Foods Inc	1,181	-10%
4	-1	Folgers	The J.M. Smucker Co.	1,166	-12%
5	+1	Starbucks	Starbucks Corporation	988	17%
6	-1	Jacobs	Kraft Foods Inc	770	-23%
7	=	Douwe Egberts	Sara Lee Corporation	619	-15%
8	=	Carte Noire	Kraft Foods Inc	509	-16%

Source: Millward Brown Optimor (Including data from BrandZ, Datamonitor and Bloomberg)

Fast Food



Valeur des marques et évolutions annuelles

#	Δ	Brand	Parent Company	Brand value (\$M)	BV Δ
1	=	McDonald's	McDonald's Corporation	66,005	-1%
2	=	Subway	Doctor's Associates Inc	12,032	9%
3	1	Starbucks	Starbucks Corporation	7,502	17%
4	-1	KFC	YUM! Brands Inc	7,147	6%
5	1	Pizza Hut	YUM! Brands Inc	3,363	8%
6	-1	Tim Hortons	Tim Hortons	3,236	-16%
7	=	Wendy's	Wendy's/Arby's Group, Inc	2,491	-18%
8	1	Taco Bell	YUM! Brands Inc	1,835	7%
9	-1	Burger King	Burger King Holdings Inc	1,767	-27%
10	=	Arby's	Wendy's/Arby's Group, Inc	682	3%

Source: Millward Brown Optimor (Including data from BrandZ, Datamonitor and Bloomberg)

Banques / Finance



Valeur des marques et évolutions annuelles

#	Δ	Brand	Parent Company	Brand value (\$M)	BV Δ
1	=	ICBC	Industrial and Commercial Bank of China Ltd	43,927	15%
2	3	Visa	Visa Inc.	24,883	52%
3	1	HSBC	HSBC Holdings plc	23,408	23%
4	-1	Bank of China	Bank of China Ltd	21,960	4%
5	-3	China Construction Bank	China Construction Bank Co	20,929	-8%
6	=	Wells Fargo	Wells Fargo & Company	18,746	16%
7	=	Santander	Banco Santander Central Hispano, S.A.	18,012	12%
8	2	RBC	Royal Bank of Canada	16,608	12%
9	-1	Bank of America	Bank of America Corporation	16,393	6%
10	New	ICICI	ICICI	14,454	NA

Source: Millward Brown Optimor (Including data from BrandZ, Datamonitor and Bloomberg)

MillwardBrown



Valeur des marques et évolutions annuelles

#	Δ	Brand	Parent Company	Brand value (\$M)	BV Δ
11	-2	American Express	American Express Company	13,912	-7%
12	-1	Citi	Citigroup Inc	13,403	-8%
13	-1	BBVA	Banco Bilbao Vizcaya Argentia	12,977	3%
14	=	Chase	JPMorgan Chase & Co.	12,426	17%
15	3	MasterCard	MasterCard Inc.	11,659	57%
16	-3	TD	TD Financial Group	10,274	-7%
17	2	Goldman Sachs	The Goldman Sachs Group Inc	9,283	25%
18	2	Barclays	Barclays plc	8,383	20%
19	New	U.S. Bancorp	US Bancorp	8,377	NA
20	-5	Standard Chartered	Standard Chartered plc	8,327	1%

Source: Millward Brown Optimor (Including data from BrandZ, Datamonitor and Bloomberg)

Consoles de jeux



Valeur des marques et évolutions annuelles

#	Δ	Brand	Parent Company	Brand value (\$M)	BV Δ
1	1	Wii	Nintendo Co. Ltd	9,987	21%
2	-1	Nintendo DS	Nintendo Co. Ltd	7,846	-19%
3	=	Xbox 360	Microsoft Corp.	4,550	-1%
4	=	PlayStation 3	Sony Corp.	426	25%
5	2	PSP	Sony Corp.	155	8%
6	2	PlayStation 2	Sony Corp.	49	-58%

Source: Millward Brown Optimor (Including data from BrandZ, Datamonitor and Bloomberg)

Assurances



Valeur des marques et évolutions annuelles

#	Δ	Brand	Parent Company	Brand value (\$M)	BV Δ
1	=	State Farm	State Farm Mutual Automobile Insurance Company	8,214	19%
2	=	Allianz	Allianz AG	4,452	-21%
3	=	AXA	AXA	3,961	7%
4	4	Zurich	Zurich Financial Services	1,937	17%
5	1	Geico	Berkshire Hathaway Inc	1,819	-5%
6	1	MetLife	MetLife Inc	1,735	-6%
7	-2	Allstate	The Allstate Corporation	1,581	-33%
8	-4	ING	ING Group N.V.	1,566	-47%

Source: Millward Brown Optimor (Including data from BrandZ, Datamonitor and Bloomberg)

Luxe



Valeur des marques et évolutions annuelles

#	Δ	Brand	Parent Company	Brand value (\$M)	BV Δ
1	=	Louis Vuitton	LVMH Moët Hennessy L.V.	19,781	2%
2	=	Hermès	Hermès International	8,457	8%
3	=	Gucci	PPR SA	7,588	2%
4	=	Chanel	Chanel SA	5,547	-11%
5	1	Hennessy	LVMH Moët Hennessy L.V.	5,368	-1%
6	-1	Rolex	Montres Rolex SA	4,742	-14%
7	1	Moët & Chandon	LVMH Moët Hennessy L.V.	4,279	-12%
8	-1	Cartier	Compagnie Financière Richemont SA	3,964	-19%
9	=	Fendi	LVMH Moët Hennessy L.V.	3,199	-8%
10	2	Tiffany & Co.	Tiffany & Co.	2,383	6%

Opérateurs téléphonie mobile



Valeur des marques et évolutions annuelles

#	Δ	Brand	Parent Company	Brand value (\$M)	BV Δ
1	=	China Mobile	China Mobile (Hong Kong) Limited	52,616	-14%
2	=	Vodafone	Vodafone Group plc	44,404	-17%
3	1	Verizon Wireless	Verizon Communications	24,675	39%
4	-1	at&t	AT&T Inc	23,714	18%
5	1	Orange	France Telecom	14,018	6%
6	2	T-Mobile	Deutsche Telekom AG	13,010	20%
7	-2	NTT DoCoMo	NTT DoCoMo Inc	12,969	-18%
8	-1	Movistar	Telefonica S.A.	12,434	14%
9	New	Telcel	América Móvil	10,850	NA
10	1	O2	Telefonica S.A.	10,593	23%

Compagnies pétrolières



Valeur des marques et évolutions annuelles

#	Δ	Brand	Parent Company	Brand value (\$M)	BV Δ
1	New	BP	BP plc	17,283	NA
2	New	Exxon Mobil	ExxonMobil Corporation	15,476	NA
3	New	Shell	Royal Dutch Shell	15,112	NA
4	New	Petrochina	PetroChina Company Limited	13,935	NA
5	New	Petrobras	Petróleo Brasileiro S.A.	9,675	NA
6	New	Chevron	Chevron Corporation	7,254	NA
7	New	Total	Total SA	6,986	NA
8	New	Gazprom	Gazprom OAO	6,350	NA
9	New	ConocoPhillips	ConocoPhillips	5,347	NA
10	New	eni	ENI SpA	4,566	NA

Hygiène Beauté



Valeur des marques et évolutions annuelles

#	Δ	Brand	Parent Company	Brand value (\$M)	BV Δ
1	=	Gillette	The Procter & Gamble Company	20,663	-10%
2	1	Colgate	Colgate-Palmolive Company	14,224	15%
3	-1	L'Oréal	L'Oréal Group	14,129	-6%
4	=	Avon	Avon Products Inc.	7,293	-16%
5	=	Nivea	Beiersdorf	5,624	-14%
6	=	Garnier	L'Oréal Group	4,955	-5%
7	=	Lancôme	L'Oréal Group	3,960	-7%
8	1	Dove	Unilever plc	3,564	9%
9	-1	Oral B	The Procter & Gamble Company	3,501	0%
10	=	Crest	The Procter & Gamble Company	3,071	5%
11	1	Shiseido	Shiseido Company Ltd	2,617	9%
12	-1	Olay	The Procter & Gamble Company	2,590	-10%
13	=	Estée Lauder	The Estee Lauder Company	1,979	-7%
14	=	Secret	The Procter & Gamble Company	1,717	-8%
15	=	Signal	Unilever plc	1,481	-9%

Distribution



Valeur des marques et évolutions annuelles

#	Δ	Brand	Parent Company	Brand value (\$M)	BV Δ
1	=	Walmart	Wal-Mart Stores, Inc	39,421	-4%
2	1	Amazon	Amazon.com, Inc	27,459	29%
3	-1	Tesco	Tesco plc	25,741	12%
4	=	Carrefour	Carrefour SA	14,980	0%
5	1	Target	Target Corporation	12,148	-1%
6	-1	eBay	eBay Inc	9,328	-28%
7	1	Home Depot	The Home Depot, Inc.	8,971	-3%
8	1	ALDI	ALDI Group	8,747	1%
9	-2	Auchan	Auchan S.A.	7,848	NA
10	1	Lowe's	Lowe's Companies Inc	7,008	10%



Valeur des marques et évolutions annuelles

#	Δ	Brand	Parent Company	Brand value (\$M)	BV Δ
11	4	Best Buy	Best Buy Co Inc.	5,807	18%
12	-2	IKEA	IKEA International A/S	5,710	-15%
13	-1	Marks & Spencer	Marks and Spencer Group Plc	5,699	-5%
14	-1	Asda	Wal-Mart Stores, Inc	4,922	-9%
15	2	Kohl's	Kohl's Corporation	4,371	12%
16	=	Lidl	Lidl & Schwarz Stiftung & Co. KG	4,102	-1%
17	-3	Costco	Costco Wholesale Corporation	3,875	-26%
18	=	Sam's Club	Wal-Mart Stores, Inc	3,255	-7%
19	=	Safeway	Safeway Inc	3,173	-8%
20	=	Sainsbury's	J Sainsbury plc	2,728	-4%

Soft drinks



Valeur des marques et évolutions annuelles

#	Δ	Brand	Parent Company	Brand value (\$M)	BV Δ
1	=	Coca-Cola	The Coca-Cola Company	54,523	2%
2	=	Diet Coke/Coca Cola light/Coke Zero	The Coca-Cola Company	13,460	-6%
3	=	Pepsi	PepsiCo Inc	10,434	-18%
4	=	Red Bull	Red Bull GmbH	8,917	9%
5	=	Fanta	The Coca-Cola Company	4,662	2%
6	=	Sprite	The Coca-Cola Company	3,855	11%
7	1	Gatorade	PepsiCo Inc	2,935	22%
8	-1	Dr. Pepper	Dr Pepper Snapple Group	2,536	-9%
9	1	Mountain Dew	PepsiCo Inc	2,322	5%
10	-1	Diet Pepsi	PepsiCo Inc	2,318	4%

Spiritueux



Valeur des marques et évolutions annuelles

#	Δ	Brand	Parent Company	Brand value (\$M)	BV Δ
1	=	Smirnoff	Diageo plc	4,886	-6%
2	=	Bacardi	Bacardi & Company Ltd	3,507	0%
3	=	Johnnie Walker	Diageo plc	2,453	-5%
4	=	Jose Cuervo	Diageo plc	1,781	-10%
5	=	Absolut	Pernod Ricard SA	1,672	1%
6	1	Jack Daniel's	Brown-Forman Corporation	1,587	-2%
7	-1	Baileys	Diageo plc	1,563	-5%
8	=	Chivas	Pernod Ricard SA	1,170	9%
9	1	Ballantine's	Pernod Ricard SA	717	9%
10	-1	Gordon's Gin	Diageo plc	692	-5%