

Warszawa, 6 czerwca 2017

## „Wielka Piątka” spółek technologicznych zdominowała ranking stu najcenniejszych marek świata BrandZ™ Top 100 za rok 2017

Giganci technologiczni **Google, Apple, Microsoft, Amazon i Facebook** zajęli miejsca w pierwszej piątce rankingu najcenniejszych marek świata BrandZ™ Top 100 za rok 2017, opublikowanym dzisiaj przez [WPP](#) i [Kantar Millward Brown](#).

**Amazon** osiągnął najwyższy wzrost wartości spośród wszystkich marek w rankingu Top 100, idąc w górę o 40,3 mld USD (+41%) do pułapu 139,3 mld USD, co dało mu 4. miejsce na liście. Ten gigant handlu detalicznego nadal skupiał się na rozwijaniu własnego ekosystemu technologicznego, dostosowanego do zaspokajania różnorodnych potrzeb konsumentów, jak np. zakupy online, szybka dostawa i rozrywka, a ponadto wprowadził nowe usługi na bazie sztucznej inteligencji, w tym dostawę artykułów spożywczych i aplikację typu „osobisty asystent” o nazwie Alexa.

**Google, Apple i Microsoft** utrzymują najwyższe trzy pozycje, zwiększając w ciągu ostatniego roku wartość swoich marek odpowiednio o 7% do 245,6 mld USD, 3% do 234,7 mld USD i 18% do 143,2 mld USD, natomiast Facebook, zajmujący miejsce 5., odnotował wzrost o 27% do 129,8 mld USD. Łączna wartość pierwszej piątki stanowi 25% ogólnej wartości wszystkich marek z rankingu, co świadczy o ich dominującej pozycji we współczesnym biznesie.

David Roth z The Store WPP, dyrektor generalny na kraje EMEA i Azję, stwierdził: „Tegoroczna pierwsza setka BrandZ w dalszym ciągu pokazuje, że silne marki zapewniają najwyższą wartość i zyski dla akcjonariuszy bez względu na potencjalne zakłócenia zewnętrzne. Giganci technologiczni plasujący się na czele rankingu i określane czasem jako „straszna piątka” często sięją postrach wśród konkurencji ze względu na swoją ogromną siłę i – jak się wydaje – niepodważalną pozycję rynkową”.

Wśród innych ważnych elementów tegorocznego rankingu można wymienić chińską markę **Tencent** (nr 8), która dzięki wzrostowi użytkowania swojej platformy społecznościowej WeChat po raz pierwszy znalazła się w pierwszej dziesiątce, a wartość jej marki wzrosła o 27% do 108,3 mld USD. **Adidas** był **najszybciej rosnącą marką** pod względem procentowym (w górę o 58%, do 8,3 mld USD), a za nim uplasowała się chińska marka alkoholi typu premium **Moutai** (wzrost o 48%, do 17 mld USD).

Ranking BrandZ jest największą i najbardziej miarodajną platformą odzwierciedlającą dynamikę marek na całym świecie – do rankingu wchodzi marki, które skutecznie wpisują się w styl życia dzisiejszych konsumentów. BrandZ bazuje na unikatowym badaniu wartości marek, które łączy wnioski z wywiadów przeprowadzonych z ponad 3 milionami konsumentów na całym świecie oraz analizę wyników finansowych i biznesowych poszczególnych firm (na podstawie danych Bloomberg i Kantar Worldpanel).

W bieżącym roku **łączna wartość 100 największych marek** wzrosła o 8%, do poziomu

3,64 bilionów USD w porównaniu ze wzrostem o 3% w 2016 roku, natomiast liczba marek o wartości przekraczającej 100 miliardów dolarów wzrosła z sześciu do dziewięciu. Od roku 2006 (kiedy ukazała się pierwsza edycja rankingu) całkowita wartość marek objętych rankingiem wzrosła o 152%, a w jego skład wchodzi coraz więcej innowacyjnych marek technologicznych skoncentrowanych na konsumencie, charakteryzujących się ogromnym zasięgiem i siłą. Pierwsza dziesiątka rankingu BrandZ w 2017 r. jest warta niemal tyle samo co cała setka Top 100 w 2006 r. (1,42 vs. 1,44 bilionów USD), a wzrost wartości sięgnął 249%, podczas gdy cała setka odnotowała w tym samym okresie wzrost o 152%.

Wartość marek z rankingu BrandZ Top 100 potwierdza, że **silne marki nadal wyprzedzają konkurencję**. Jeśli porównamy ten ranking z kluczowymi punktami odniesienia za ostatnie 12 lat, to możemy stwierdzić, że wartość portfolio BrandZ Top 100 wzrosła o 50% więcej niż wartość marek z rankingu S&P 500, osiągając wartość 3,5 raza większą niż MSCI All Country World Index.

Ranking z 2017 r. świadczy o tym, że równowaga sił na dobre zmieniła się na korzyść **marek technologicznych** skoncentrowanych na konsumencie, rozwijających ekosystemy zaspokajające wiele potrzeb, a tym samym upraszczające funkcjonowanie ludzi w coraz bardziej złożonym świecie. Ponad połowa całkowitej wartości marek z BrandZ Top 100 pochodzi od marek związanych z technologią (ta definicja obejmuje także telekomunikację i sprzedaż detaliczną przez Internet), podczas gdy w roku 2006 marki technologiczne stanowiły jedną trzecią tej wartości. Marki te wzrosły w ostatnim roku o 16%, natomiast w przypadku marek niezwiązanych z technologią wzrost wyniósł 4%.

Dziewięć spośród 10 liderów to marki związane z technologią, podobnie jak wszystkie siedem nowych marek w Top 100 w 2017, czyli **XFINITY, YouTube, Hewlett Packard Enterprise, Salesforce, Netflix, Snapchat i Sprint**.

**Sprzedaż detaliczna** była najszybciej rozwijającą się kategorią, notując wzrost wartości o 14% w ciągu ostatnich 12 miesięcy. Liderami były tu marki z branży e-commerce, takie jak Amazon czy Alibaba, które – podobnie jak wiele firm, które narodziły się w Internecie – prowadziły politykę poszerzania kanałów sprzedaży poprzez otwieranie nowych sklepów „w realu”. Ogólny wzrost wartości przedsiębiorstw detalicznych funkcjonujących wyłącznie w Internecie wyniósł 388% od 2006 r., natomiast tradycyjne sieci detaliczne odnotowały spadek o 23%, ponieważ dostosowanie oferty do handlu przez Internet zajęło im więcej czasu. Kategoria **technologii** wzrosła o 13%, natomiast **fast food** był w tym roku trzecią najszybciej rosnącą kategorią (7%), ponieważ wiodące marki wprowadziły na rynek świeże produkty żywnościowe i tańsze zestawy, a także innowacje w zakresie punktów kontaktu z klientem, zapewniające lepsze doświadczenia z marką.

## Pierwsza dziesiątka rankingu najcenniejszych marek świata BrandZ w roku 2017

Pozycja w 2017 r.	Marka	Kategoria	Wartość marki w 2017 r. (mln USD)	Zmiana wartości marki	Pozycja w 2016 r.
1	Google	Technologie	245 581	+7%	1
2	Apple	Technologie	234 671	+3%	2
3	Microsoft	Technologie	143 222	+18%	3
4	Amazon	Handel detaliczny	139 286	+41%	7
5	Facebook	Technologie	129 800	+27%	5
6	AT&T	Telekomunikacja	115 112	+7%	4
7	Visa	Płatności	110 999	+10%	6
8	Tencent	Technologie	108 292	+27%	11
9	IBM	Technologie	102 088	+18%	10
10	McDonald's	Fast food	97 723	+10%	9

Jeśli chodzi o **regiony**, dominującą pozycję w rankingu zajmują marki amerykańskie – jest ich 54 w pierwszej setce BrandZ i przypada na nie 71% łącznej wartości marek w rankingu. W ubiegłym roku marki te odnotowały wzrost o 12%, podczas gdy marki pochodzące z innych części świata spadły o 1%. Wyjątkiem były Chiny, gdzie łączny wzrost marek, z wyłączeniem przedsiębiorstw państwowych, wyniósł 11%.

Wartość 20 największych marek **B2B** zwiększyła się o 11%. Microsoft nadal zajmuje pierwsze miejsce, rosnąc o 10% do 143,2 mld USD, natomiast Shell jest najszybciej rosnącą marką B2B – jej wzrost wyniósł 23% (do 18,3 mld USD). Tegoroczny ranking wskazuje również, że świat cyfrowy zbliża środowisko biznesowe i świat konsumenta, a granica pomiędzy segmentami B2B i B2C zanika, czego efektem są marki określane jako B2H (*business-to-human*).

Najważniejsze trendy z tegorocznego globalnego rankingu BrandZ Top 100:

- **Skoncentrowane na konsumencie ekosystemy technologiczne sprawiają, że marki stają się nieodzownym elementem życia.** Konsumenci mogą coraz częściej podejmować różne działania – od zakupów online po oglądanie telewizji – w otoczeniu jednej marki i na wielu urządzeniach. Oferując wygodę dla konsumentów, najsilniejsze marki są w stanie minimalizować ryzyko, że konsumenci poszukają sobie innego dostawcy.
- **Nowe marki stają się coraz bardziej globalne, co umożliwia im szybki wzrost.** Dzięki nowym technologiom przedsiębiorstwa mogą oferować produkty i usługi na całym świecie już od pierwszego dnia działalności. W ten sposób powstaje nowa grupa przedsiębiorców, nie ograniczona granicami geograficznymi ani sektorowymi, które tradycyjnie ograniczały tempo i skalę wzrostu.
- **Tradycyjne marki nietechnologiczne wprowadzają innowacje technologiczne, aby zwiększyć swoją atrakcyjność dla konsumentów.** Najszybciej rosnąca w rankingu firma Adidas wprowadziła druk 3D do produkcji obuwia, a z kolei Domino's Pizza oferuje klientom śledzenie zamówienia w czasie rzeczywistym.
- **Ranking BrandZ Top 100 staje się coraz młodszy.** Przeciętny wiek marki wynosi obecnie 67 lat, podczas gdy w 2006 r. średnia wieku wynosiła 84 lat. Jest to skutek pojawienia się nowszych marek technologicznych oraz rozwoju marek w Chinach.

- **Marki, które jasno komunikują, w jaki sposób ułatwią życie swoich klientów**, na przykład Huawei i Toyota, notują średnio trzykrotnie bardziej dynamiczny wzrost w ciągu ostatnich 12 lat (górny tercyl rankingu wzrósł o 170%, a dolna jedna trzecia o 57%).
- **Skuteczna komunikacja daje markom przewagę**. Najlepsza jedna trzecia marek pod względem komunikacji (w tym McDonald's i L'Oréal Paris) zwiększyła wartość o 196%, podczas gdy marki z dolnego tercyla odnotowały w tym samym czasie wzrost o 47%. Tak dobre wyniki marki zawdzięczają temu, że skutecznie wzmocniły swoją wyróżnialność wśród konkurencji.

Doreen Wang, odpowiadająca w Kantar Millward Brown za globalny ranking BrandZ, skomentowała wyniki następująco: „Żyjemy w erze gigantów internetowych, które wypracowały nieustannie rozwijające się ekosystemy kontaktu z konsumentami, a ich głównym celem jest to, aby życie stawało się łatwiejsze, prostsze i lepsze. Technologia stawiająca konsumenta w centrum swojej uwagi na nowo definiuje nasze oczekiwania, a już teraz jest dla nas oczywiste, że produkty, usługi, narzędzia i treści są natychmiast dostępne na wyciągnięcie ręki. Marki te wykazują również dużą elastyczność – śmiało i bez obaw wchodzą na nowe obszary i do nowych kategorii, aby rozwijać i poszerzać swoją bazę klientów.”

Raporty oraz rankingi najcenniejszych marek świata BrandZ™ Top 100 oraz wiele informacji o markach z najważniejszych regionów oraz 14 sektorów rynku można znaleźć w Internecie [tutaj](#). Raport globalny, rankingi, wykresy, artykuły i wiele innych materiałów można pobrać również za pośrednictwem aplikacji BrandZ. Aplikacja BrandZ zawiera te same funkcje i funkcjonalności dla wszystkich raportów regionalnych BrandZ. Wersję dla Apple IOS oraz wszystkich urządzeń z systemem Android można pobrać bezpłatnie na stronie [www.brandz.com/mobile](http://www.brandz.com/mobile) lub wyszukać BrandZ w sklepach z aplikacjami iTunes lub Google Play.

### **O rankingu najcenniejszych marek świata BrandZ™ Top 100**

Ranking najcenniejszych marek świata BrandZ™ Top 100 Most Valuable Global Brands prowadzony przez firmę Kantar Millward Brown, która w ramach grupy WPP zajmuje się doradztwem marketingowym i badaniami marek, istnieje już od dwunastu lat. Jest to jedyne badanie, które łączy w sobie wskaźniki wartości marek oparte na wywiadach przeprowadzanych z ponad 3 milionami konsumentów na całym świecie. Wywiady te dotyczą tysięcy globalnych marek konsumenckich oraz marek z segmentu business-to-business. Następnie przeprowadzana jest rygorystyczna metodologicznie analiza wyników finansowych i biznesowych każdej z firm (na podstawie danych dostarczanych przez Bloomberg i Kantar Worldpanel), aby wyodrębnić wpływ marki na generowaną sprzedaż i wartość dla akcjonariuszy. Kluczowym elementem przy określaniu wartości marki jest jej postrzeganie przez konsumentów, ponieważ marki są wypadkową wyników biznesowych, atrakcyjności produktu, klarownego pozycjonowania oraz pozycji lidera. W rankingu brane są pod uwagę różnice regionalne, ponieważ – nawet w przypadku prawdziwie globalnych marek – wskaźniki udziału marek w budowaniu wartości mogą być znacząco odmienne w różnych krajach.

### **O firmie Kantar Millward Brown**

Kantar Millward Brown jest wiodącą agencją badawczą specjalizującą się w badaniach skuteczności reklam, komunikacji strategicznej, mediów tradycyjnych i cyfrowych oraz badaniach dotyczących wartości marek. Firma pomaga swoim klientom budować silne marki dzięki kompleksowym rozwiązaniom opartym na prowadzonych badaniach jakościowych i ilościowych. Kantar Millward Brown działa w ponad 55 krajach i należy do grupy kapitałowej Kantar firmy WPP, jednej z wiodących na świecie firm zajmujących się danymi, wiedzą i doradztwem. Więcej informacji na stronie [www.millwardbrown.com](http://www.millwardbrown.com).

### **O firmie WPP**

WPP to największy na świecie dostawca usług w zakresie komunikacji, którego obroty wynoszą 74 mld USD, a dochody – ponad 19 mld USD. Poprzez swoje spółki operacyjne Grupa oferuje kompleksowy zakres usług reklamowych i marketingowych, w tym w dziedzinach takich jak zarządzanie inwestycjami w media i reklamę; zarządzanie inwestycjami w dane; public relations; marki i ich tożsamość; komunikacja w sektorze ochrony zdrowia; marketing cyfrowy, e-commerce i marketing wewnętrzny oraz komunikacja specjalistyczna. WPP zatrudnia ponad 205 tys. osób (w tym współpracowników oraz pracowników firm przejętych) w ponad 3 tys. biur w 112 krajach świata. Więcej informacji pod adresem [www.wpp.com](http://www.wpp.com).

Już szósty raz z rzędu WPP uzyskała tytuł holdingu roku (Holding Company of the Year) na dorocznym festiwalu kreacji reklamowej w Cannes w 2016 roku (Cannes Lions International Festival of Creativity). WPP po raz piąty z kolei została uznana za najskuteczniejszy holding świata (Most Effective Holding Company) w rankingu skuteczności komunikacji marketingowej Effie Effectiveness Index za rok 2016. W roku 2017, po raz trzeci z rzędu, WPP została uznana przez Warc 100 za czołowy holding świata (World's Top Holding Company).

### **Dalszych informacji udzielają:**

Lisa Parente  
Tel: +1 2032196976  
Email:  
[lisa.parente@kantarmillwardbrown.com](mailto:lisa.parente@kantarmillwardbrown.com)

Kuba Antoszewski  
Tel: +48 501249803  
Email: [kuba.antoszewski@kantar.com](mailto:kuba.antoszewski@kantar.com)

Kate Alexander / Hannah Robertson  
Eureka Communications  
Tel: +44 (0)1420 564346  
Mobile: +44 (0)7788 584413  
Email: [kate@eurekacomms.co.uk](mailto:kate@eurekacomms.co.uk) /  
[hannah@eurekacomms.co.uk](mailto:hannah@eurekacomms.co.uk)