

[Главная](#) > Nestlé – самая ценная швейцарская марка

## **Nestlé – самая ценная швейцарская марка|Nestlé – самая ценная швейцарская марка Nestlé – la marque suisse qui a le plus de valeur**

Автор: Татьяна Гирко, Лондон-Женева, 8. 02. 2016.



© Keystone

Согласно последнему рейтингу Brand Finance, самой дорогой маркой мира по-прежнему остается Apple. Пищевой гигант Nestlé по сравнению с 2015 годом поднялся на 6 строчек и занимает 37 место, возглавив список швейцарских представителей рейтинга и опередив банки









UBS и Credit Suisse.]

Selon le dernier classement de Brand Finance, Apple conserve toujours son titre de marque la plus chère au monde. Le géant alimentaire Nestlé a gagné 6 places par rapport au 2015 et occupe la 37e position, arrivant en tête pour la Suisse devant UBS et Credit Suisse.

Согласно данным британской консалтинговой компании Brand Finance, ежегодно составляющей рейтинг 500 самых дорогих брендов мира, абсолютным чемпионом в этой области не первый год подряд остается **Apple**. Стоимость этой марки, по оценкам экспертов Brand Finance, за последний год увеличилась со 128,3 млрд до 145,9 млрд долларов, в частности, благодаря успеху новых продуктов – iPhone 6 и iPhone 6s.

В десятке самых дорогих брендов мира представлены сразу несколько высокотехнологичных компаний, как правило, расположенных в США. Второе место в этом году удалось завоевать **Google** (94,2 млрд долларов), опередившему **Samsung** (83,2 млрд долларов), который опустился на нижнюю ступень подиума, несмотря на небольшое увеличение стоимости бренда.

**Amazon.com** (69,6 млрд долларов) показал лучший прогресс в десятке, поднявшись сразу с 8 на 4 место благодаря развитию услуги Prime (доставки в течение дня), в то время как **Microsoft** (67,3 млрд долларов), стоимость которого практически не изменилась за последний год, переместился на 5 строчку.

	<b>1</b> Rank 2016: 1 2015: 1 → BV 2016: \$145,918m +14% BV 2015: \$128,303m Brand Rating: AAA		<b>6</b> Rank 2016: 6 2015: 5 ↓ BV 2016: \$63,116m +5% BV 2015: \$59,843m Brand Rating: AAA-
	<b>2</b> Rank 2016: 2 2015: 3 ↑ BV 2016: \$94,184m +23% BV 2015: \$76,683m Brand Rating: AAA+		<b>7</b> Rank 2016: 7 2015: 6 ↓ BV 2016: \$59,904m +2% BV 2015: \$58,820m Brand Rating: AA+
	<b>3</b> Rank 2016: 3 2015: 2 ↓ BV 2016: \$83,185m +2% BV 2015: \$81,716m Brand Rating: AAA		<b>8</b> Rank 2016: 8 2015: 7 ↓ BV 2016: \$53,657m -5% BV 2015: \$56,705m Brand Rating: AA
	<b>4</b> Rank 2016: 4 2015: 8 ↑ BV 2016: \$69,642m +24% BV 2015: \$56,124m Brand Rating: AA+		<b>9</b> Rank 2016: 9 2015: 11 ↑ BV 2016: \$49,810m +4% BV 2015: \$47,916m Brand Rating: AAA-
	<b>5</b> Rank 2016: 5 2015: 4 ↓ BV 2016: \$67,258m +0% BV 2015: \$67,060m Brand Rating: AAA		<b>10</b> Rank 2016: 10 2015: 15 ↑ BV 2016: \$44,170m +26% BV 2015: \$34,925m Brand Rating: AAA-

Топ-10 самых дорогих брендов мира © brandfinance

В то время как цена трех марок из первой десятки – Apple, Google и Amazon.com – заметно выросла в абсолютном выражении, самые крупные потери понесли McDonald's (42,9 млрд), General Electric (37,2 млрд) и Volkswagen (18,9 млрд долларов), оказавшаяся в центре скандала, связанного с манипуляциями в выхлопной системе. Сеть быстрого питания и автомобильный концерн (оба американские) в этом году вышли за пределы первой десятки, расположившись,

соответственно, на 12 и 13 местах, в то время как Volkswagen опустился с 18 сразу на 57 место.

Швейцария в первой сотне рейтинга Brand Finance представлена компанией **Nestlé** (23,4 млрд долларов), которая поднялась на 37 место, при этом отдельным – и довольно успешным – брендом в списке значится **Nescafé**, оказавшийся на 226 строчке. Швейцарскому пищевому гиганту удалось опередить своих конкурентов, включая французского производителя молочных продуктов Danone (156 место) и американский концерн Kraft (235 место).

Стоимость марок, не вошедших в первую сотню, авторы исследования не указывают, поэтому об успехе остальных швейцарских компаний можно судить лишь по их местам в рейтинге и наметившейся динамике по сравнению в предыдущим отчетным периодом. Судя по всему, швейцарский финансовый сектор переживает не лучшие времена: крупнейшие банки **UBS** и **Credit Suisse** заняли, соответственно, 140 и 182 строчки, потеряв не менее 35 позиций каждый.

Также в списке проигравших по стоимости бренда оказались: сырьевой трейдер **Glencore Xstrata**, опустившийся с 218 на 282 место, страховая компания **Swiss Re**, переместившаяся с 278 на 317 место, и часовая марка **Omega**, сменившая 375 позицию на 407-ю.

Неплохо идут дела у страховщика **Zurich**, который поднялся со 169 на 157 место, телекоммуникационной компании **Swisscom**, занявшей 198 место вместо прошлогоднего 236-го, часовой марки **Rolex**, расположившейся на 232 строчке вместо 258-й, и машиностроительного концерна **ABB**, совершившего стремительный взлет с 338 на 253 место.

В то же время упала цена марок, которые принадлежат крупнейшим фармацевтическим компаниям Конфедерации, – **Roche** и **Novartis** заняли в рейтинге Brand Finance, соответственно, 389 и 462 места, сдав сразу от 30 до 50 позиций. Добавим, что швейцарский производитель цемента Holcim, годом ранее расположившийся на 378 строчке, на этот раз выбыл из списка 500 самых дорогих марок.

Российские бренды представлены в рейтинге компаниями «Сбербанк» (205), «Лукойл» (230), «Газпром» (299) и **MTS** (437 место). По оценкам Brand Finance, их стоимость упала за прошлый год, исключение составляет лишь нефтяная компания «Лукойл». Бренды «Магнит» и «Мегафон», занимавшие в прошлогоднем рейтинге 313 и 486 места, на этот раз не вошли в список 500 самых дорогих марок мира.



## Добавить комментарий

Пожалуйста, [войдите](#) или [зарегистрируйтесь](#) , чтобы отправить комментарий

---