**Самые ценные бренды мира 2006**

Ведущая международная бренд-консалтинговая компания Interbrand Group снова объединилась с BusinessWeek для публикации ежегодного рейтинга самых ценных мировых брендов. Уже шестой раз рейтинг «Самые ценные бренды мира» определяет 100 международных брендов, которые создают и поддерживают высокую стоимость на сегодняшнем конкурентном рынке.

«В большинстве случаев те, кто попал в рейтинг, проактивно управляют своим бизнесом через призму бренда. Они осознали, что бренд – стержневой нематериальный актив организации благодаря ценности, которой он обладает», - говорит Джез Фрэмптон, CEO Interbrand Group. «Измерение стоимости бренда и осознанное управление ею продолжает быть одним из приоритетов для менеджмента компаний, что подтверждается огромным интересом, проявляемым к нашему рейтингу».

Стоимость брендов была определена по методу, впервые примененному Interbrand Group около 20 лет назад и с тех пор использованному для оценки более 4000 брендов. Стоимость бренда рассчитывается как чистая приведенная стоимость будущей прибыли от бренда, произведенной в период с 1 июля 2005 года по 30 июня 2006 года. Чтобы иметь шанс попасть в рейтинг, бренд должен стоить не меньше $2,7 миллионов, получать треть прибыли за пределами страны происхождения, открыто публиковать финансовую отчетность и маркетинговые данные, а также быть широко известным за пределами своих целевых групп.

В этом году рейтинг приготовил много открытий, среди которых заметный рост показателей у одних брендов и значительное падение у других. «Результаты нынешнего рейтинга ясно показывают, что если компания проактивно не управляет брендом, за нее это сделает рынок, поставив компанию в очень сложное положение», - говорит Ирина Соловьева, региональный представитель Interbrand Zintzmeyer&Lux AG – европейского подразделения Interbrand Group – в России, Беларуси, Украине и Казахстане. «Те, кто улучшили свои показатели или первый раз попали в рейтинг, использовали специальные стратегии развития своих брендов и управления ими».

**Основные события рейтинга Самых ценных брендов мира 2006**

**Благоприятный поворот**

После постоянного падения с 2000 по 2004 год, Nokia (№ 6) снова стала лидером своей индустрии, продемонcтрировав активный рост и в премиальных сегментах, и на массовом рынке. Nokia всегда создавала конкуренцию в быстроразвивающемся нижнем ценовом сегменте, но обновление дизайна и концентрация на аксессуарах показывает, что Nokia теперь может поддерживать цену и укреплять имидж своего бренда и среди покупателей премиального сегмента.

Motorola (№ 69) так же традиционно проигрывала на премиальном сегменте… до Razr. Супер-предложение в последние годы уверено держит бренд на втором месте в категории.

**Самый высокий рост**

Самый высокий рост - 46%, показал бренд Google (№ 24) со своей стратегией «не потерять», позиционирующийся «на другом конце спектра» от корпоративного Microsoft. Потребители и в этом году сохранили интерес к совершению покупок через Интернет, что помогло eBay (№ 47) нарастить стоимость на 18% и занять в этом году третье место среди брендов, показавших самый высокий рост.

На втором месте с ростом в 20% - Starbucks (№ 91), достигший финансового успеха, укрепив бренд премиальным фаст-фудом и распространив свое предложение на музыку и издательский бизнес.

**Самое значительное снижение**

Рост массовых ритейлеров отразился на уменьшении доли рынка традиционных брендов одежды, таких как Gap (№ 52). Четкость позиционирования Gap постепенно размывается, что отражается на снижении и ценности бренда, и общей эффективности продаж. Потеряв больше всех стоимости - 22%, Gap поставил под вопрос собственную стабильность в долгосрочном периоде.

Ford (№ 30) продолжает терять деньги с каждым проданным автомобилем и стоимость бренда с каждым годом. Снижение на 16% в этом году свидетельствует о том, что американское наследие Ford – не достаточно эффективный атрибут бренда для борьбы с растущей конкуренцией со стороны японских и немецких производителей.

На 12% упал в этом году Kodak (№ 70), отважно пытающийся догнать цифровой мир, но реальность такова, что яростная конкуренция и незначительная прибыль Kodak по сравнению с традиционным для компании производством фотопленки снижают стоимость бренда.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Место | Бренд | Страна происхождения | Сектор | Стоимость бренда 2006 (млн. $)  | Изменение стоимости |
| 1 | Coca-Cola | США | Напитки |  67,000  | -1% |
| 2 | Microsoft | США | Компьютерное программное обеспечение |  56,926  | -5% |
| 3 | IBM | США | Компьютерные услуги |  56,201  | 5% |
| 4 | GE | США  | Разное |  48,907  | 4% |
| 5 | Intel | США | Компьютерное оборудование |  32,319  | -9% |
| 6 | Nokia | Финляндия | Телекоммуникационное оборудование |  30,131  | 14% |
| 7 | Toyota | Япония | Автомобильная индустрия |  27,941  | 12% |
| 8 | Disney | США | СМИ |  27,848  | 5% |
| 9 | McDonald's | США | Рестораны |  27,501  | 6% |
| 10 | Mercedes | Германия | Автомобильная индустрия |  21,795  | 9% |
| 11 | Citi | США | Финансовые услуги |  21,458  | 7% |
| 12 | Marlboro | США | Табак |  21,350  | 1% |
| 13 | Hewlett-Packard | США | Компьютерное оборудование |  20,458  | 8% |
| 14 | American Express | США | Финансовые услуги |  19,641  | 6% |
| 15 | BMW | Германия | Автомобильная индустрия |  19,617  | 15% |
| 16 | Gillette | США | Предметы личной гигиены |  19,579  | 12% |
| 17 | Louis Vuitton | Франция | Предметы роскоши |  17,606  | 10% |
| 18 | Cisco | США | Компьютерные услуги |  17,532  | 6% |
| 19 | Honda | Япония | Автомобильная индустрия |  17,049  | 8% |
| 20 | Samsung | Южная Корея | Бытовая электроника |  16,169  | 8% |
| 21 | Merrill Lynch | США | Финансовые услуги |  13,001  | 8% |
| 22 | Pepsi | США | Напитки |  12,690  | 2% |
| 23 | Nescafe | Швейцария | Напитки |  12,507  | 2% |
| 24 | Google | США | Интернет-услуги |  12,376  | 46% |
| 25 | Dell | США | Компьютерное оборудование |  12,256  | -7% |
| 26 | Sony | Япония | Бытовая электроника |  11,695  | 9% |
| 27 | Budweiser | США | Алкоголь |  11,662  | -2% |
| 28 | HSBC | Великобритания | Финансовые услуги |  11,622  | 11% |
| 29 | Oracle | США | Компьютерное программное обеспечение |  11,459  | 5% |
| 30 | Ford | США | Автомобильная индустрия |  11,056  | -16% |
| 31 | Nike | США | Спортивные товары |  10,897  | 8% |
| 32 | UPS | США | Транспорт и связь |  10,712  | 8% |
| 33 | J.P. Morgan | США | Финансовые услуги |  10,205  | 8% |
| 34 | SAP | Германия | Компьютерное программное обеспечение |  10,007  | 11% |
| 35 | Canon | Япония | Компьютерное оборудование |  9,968  | 10% |
| 36 | Morgan Stanley | США | Финансовые услуги |  9,762  | 0% |
| 37 | Goldman Sachs | США | Финансовые услуги |  9,640  | 13% |
| 38 | Pfizer | США | Фармацевтика |  9,591  | -4% |
| 39 | Apple | США | Компьютерное оборудование |  9,130  | 14% |
| 40 | Kellogg's | США | Продукты питания |  8,776  | 6% |
| 41 | Ikea | Швеция | Мебель и аксессуары |  8,763  | 12% |
| 42 | UBS | Швейцария | Финансовые услуги |  8,734  | 15% |
| 43 | Novartis | Швейцария | Фармацевтика |  7,880  | 2% |
| 44 | Siemens | Германия | Разное |  7,828  | 4% |
| 45 | Harley-Davidson | США | Автомобильная индустрия |  7,739  | 5% |
| 46 | Gucci | Италия | Предметы роскоши |  7,158  | 8% |
| 47 | eBay | США | Интернет-услуги |  6,755  | 18% |
| 48 | Philips | Нидерланды | Разное |  6,730  | 14% |
| 49 | Accenture | Бермудские острова | Компьютерные услуги |  6,728  | 10% |
| 50 | MTV | США | СМИ |  6,627  | 0% |
| 51 | Nintendo | Япония | Бытовая электроника |  6,559  | 1% |
| 52 | Gap | США | Одежда |  6,416  | -22% |
| 53 | L'Oreal | Франция | Предметы личной гигиены |  6,392  | 6% |
| 54 | Heinz | США | Продукты питания |  6,223  | -10% |
| 55 | Yahoo! | США | Интернет-услуги |  6,056  | 15% |
| 56 | Volkswagen | Германия | Автомобильная индустрия |  6,032  | 7% |
| 57 | Xerox | США | Компьютерное оборудование |  5,918  | 4% |
| 58 | Colgate | США | Предметы личной гигиены |  5,633  | 9% |
| 59 | Wrigley's | США | Продукты питания |  5,449  | -2% |
| 60 | KFC | США | Рестораны |  5,350  | 5% |
| 61 | Chanel | Франция | Предметы роскоши |  5,156  | 8% |
| 62 | Avon | США | Предметы личной гигиены |  5,040  | -3% |
| 63 | Nestle | Швейцария | Продукты питания |  4,932  | 4% |
| 64 | Kleenex | США | Предметы личной гигиены |  4,842  | -2% |
| 65 | Amazon.com | США | Интернет-услуги |  4,707  | 11% |
| 66 | Pizza Hut | США | Рестораны |  4,694  | -5% |
| 67 | Danone | Франция | Продукты питания |  4,638  | 3% |
| 68 | Caterpillar | США | Машинное оборудование |  4,580  | 12% |
| 69 | Motorola | США | Телекоммуникационное оборудование |  4,569  | 18% |
| 70 | Kodak | США | Бытовая электроника |  4,406  | -12% |
| 71 | adidas | Германия | Спортивные товары |  4,290  | 6% |
| 72 | Rolex | Швейцария | Предметы роскоши |  4,237  | 8% |
| 73 | Zara | Испания | Одежда |  4,235  | 14% |
| 74 | Audi | Германия | Автомобильная индустрия |  4,165  | 13% |
| 75 | Hyundai | Южная Корея | Автомобильная индустрия |  4,078  | 17% |
| 76 | BP | Великобритания | Энергетика |  4,010  | 5% |
| 77 | Panasonic | Япония | Бытовая электроника |  3,977  | 7% |
| 78 | Reuters | Великобритания | СМИ |  3,961  | 2% |
| 79 | Kraft | США | Продукты питания |  3,943  | -7% |
| 80 | Porsche | Германия | Автомобильная индустрия |  3,927  | 4% |
| 81 | Hermes | Франция | Предметы роскоши |  3,854  | 9% |
| 82 | Tiffany & Co. | США | Предметы роскоши |  3,819  | 6% |
| 83 | Hennessy | Франция | Алкоголь |  3,576  | 12% |
| 84 | Duracell | США | Бытовая электроника |  3,576  | -3% |
| 85 | ING | Нидерланды | Финансовые услуги |  3,474  | 9% |
| 86 | Cartier | Франция | Предметы роскоши |  3,360  | 10% |
| 87 | Moet & Chandon | Франция | Алкоголь |  3,257  | 9% |
| 88 | Johnson & Johnson | США | Предметы личной гигиены |  3,193  | 5% |
| 89 | Shell | Нидерланды | Энергетика |  3,173  | 4% |
| 90 | Nissan | Япония | Автомобильная индустрия |  3,108  | -3% |
| 91 | Starbucks | США | Рестораны |  3,099  | 20% |
| 92 | Lexus | Япония | Автомобильная индустрия |  3,070  | Впервые в рейтинге |
| 93 | Smirnoff | Великобритания | Алкоголь |  3,032  | -2% |
| 94 | LG | Южная Корея | Бытовая электроника |  3,010  | 14% |
| 95 | Bulgari | Италия | Предметы роскоши |  2,875  | 6% |
| 96 | Prada | Италия | Предметы роскоши |  2,874  | 4% |
| 97 | Armani | Италия | Предметы роскоши |  2,783  | 4% |
| 98 | Burberry | Великобритания | Предметы роскоши |  2,783  | Впервые в рейтинге |
| 99 | Nivea | Германия | Предметы личной гигиены |  2,692  | 4% |
| 100 | Levi's | США | Одежда |  2,689  | 1% |

Информация предоставлена пресс-службой Fleishman Hillard ECG.