

Infographie des 100 meilleures marques par valeur en 2023

Dorothy Neufeld :

THE TOP 100

Most Valuable Brands

We've visualized the most valuable brands for 2023, based on Brand Finance's annual Global 500 ranking.

- Retail (14)
- Tech & Services (16)
- Media (9)
- Banking & Insurance (20)
- Telecoms (8)
- Automobiles (10)
- Energy & Utilities (14)
- Food & Beverages (6)
- Healthcare Services (3)

U.S. companies make up half of the top 100 ranking.

How is a brand's value determined?



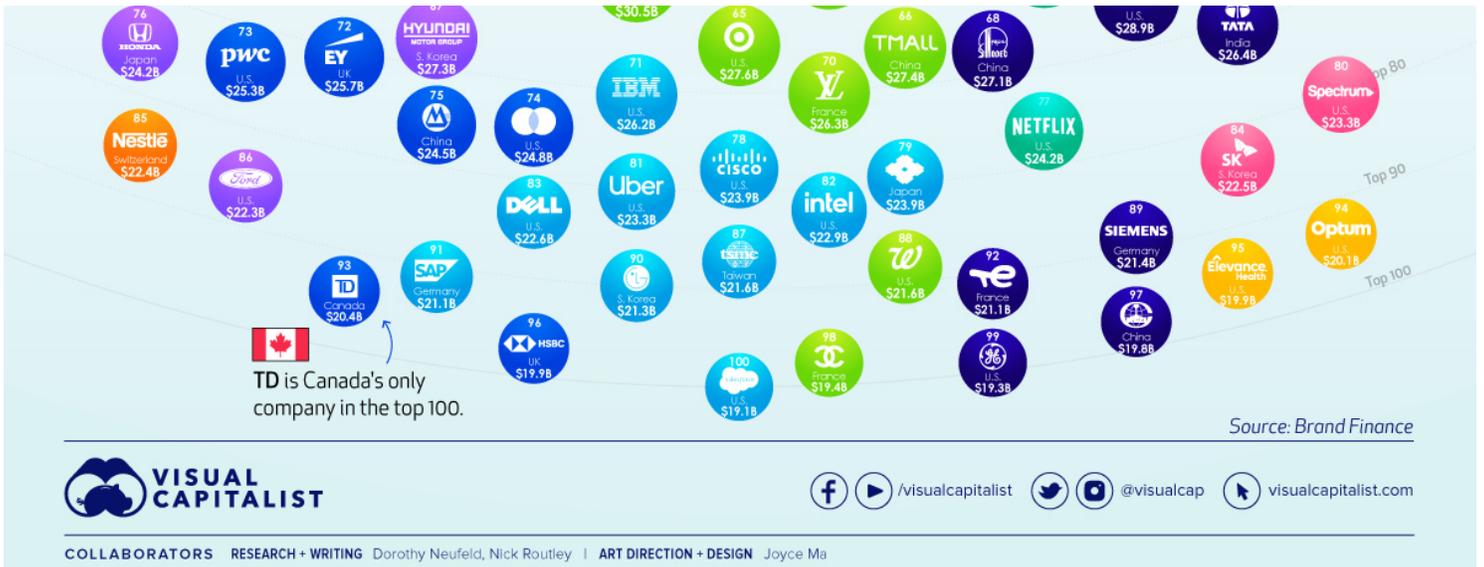
Samsung is Asia's most valuable brand.

Amazon's strong position in both B2C and B2B sectors contribute to its enormous brand value.

Google ranked first overall in Brand Strength based on Brand Finance's analysis.

Deutsche Telekom is now Europe's most valuable brand.

WeChat, China's super app, is the fourth most valuable media brand globally.



La valeur de la marque peut être un élément essentiel des actifs incorporels de toute entreprise.

Ces types d'actifs non physiques, tels que les brevets et les noms de marque, ont une influence croissante sur la valeur globale d'une entreprise.

Une analyse de 2020 a révélé que les actifs incorporels constituaient 90% de la valeur marchande du S&P 500, soit une augmentation de 22 points de pourcentage depuis 1995.

Ce graphique montre les 100 marques les plus valorisées au monde en 2023 sur la base d'un classement annuel de [Financement de la marque](#), illustrant le rôle que joue la valeur de la marque dans la position d'une entreprise sur le marché.

Les 100 meilleures entreprises, par valeur de marque

Capture d'écran, pour accéder aux planches additionnelles, cliquer le lien suivant:

[Ranked: The Top 100 Brands by Value in 2023 \(visualcapitalist.com\)](#)

Search:

Rank	Brand	Brand Value (B)	Country	Sector
1	Amazon	\$299.3	U.S.	Retail
2	Apple	\$297.5	U.S.	Tech
3	Google	\$281.4	U.S.	Media
4	Microsoft	\$191.6	U.S.	Tech
5	Walmart	\$113.8	U.S.	Retail
6	Samsung Group	\$99.7	South Korea	Tech
7	ICBC	\$69.5	China	Banking
8	Verizon	\$67.4	U.S.	Telecoms
9	Tesla	\$66.2	U.S.	Automobiles
10	TikTok/Douyin	\$65.7	China	Media

Showing 1 to 10 of 100 entries

◀ Previous [Next](#) ▶

Brand Finance a examiné plus de 5 000 entreprises (et dans le cas de groupes comme Alphabet et Meta, leurs filiales) dans 38 pays.

D'une manière générale, la valeur d'une marque représente l'allocation des bénéfices de l'entreprise qui sont liés à la marque. Vous trouverez plus de détails sur la méthodologie à la fin de cet article.

Voici les marques les plus précieuses en 2023:

Amazon se classe numéro un mondial avec sa marque évaluée à 299 milliards de dollars. En tant que leader du marché de la vente au détail en ligne, il a une forte fidélité à la marque dans son segment B2C qui génère son [la plus grande part des revenus](#), et est un acteur clé des services cloud pour ses plateformes B2B.

Apple suit de près avec une marque de 298 milliards de dollars.

Il est important de noter que les deux marques de géants de la technologie [baisse de valeur](#) par rapport à l'année dernière, alors que les perturbations de la chaîne d'approvisionnement, les contraintes du marché du travail et le ralentissement des prévisions de revenus ont eu un impact sur leurs marques.

D'autres grandes marques technologiques **Google** # 3 et **Microsoft** # 4 étaient les suivantes dans le classement. Le conglomérat coréen **Samsung** # était l'entreprise la mieux classée basée en dehors des États-Unis.

Valeur de la marque : secteurs leaders en 2023

Capture d'écran, pour accéder aux planches additionnelles, cliquer le lien suivant:

[Ranked: The Top 100 Brands by Value in 2023 \(visualcapitalist.com\)](#)

Rank	Sector	% of Total	Total Brand Value (B)
1	Tech	19.4%	\$891.2
2	Retail	15.0%	\$690.0
3	Media	14.0%	\$645.2
4	Banking	10.2%	\$467.4
5	Automobiles	8.6%	\$397.3
6	Telecoms	7.3%	\$334.6
7	Commercial Services	3.8%	\$174.0
8	Oil & Gas	3.7%	\$171.0
9	Engineering & Construction	3.3%	\$149.5
10	Insurance	2.0%	\$93.0

Showing 1 to 10 of 21 entries

[Previous](#) [Next](#)

En regardant la valeur de la marque en fonction du secteur, nous pouvons voir que la technologie [continue de dominer](#).

La répartition sectorielle ci-dessous utilise les données des 500 premières marques couvertes par Brand Finance.

Dans l'ensemble, les grandes marques technologiques valaient **891 milliards de dollars**, en grande partie grâce à l'influence démesurée d'Apple, de Microsoft et de Samsung.

Après le commerce de détail et les médias, le [Secteur bancaire](#) détenait toujours une influence significative sur la marque, à 467 milliards de dollars.

L'automobile a complété les cinq principaux secteurs à 397 milliards de dollars, menés par des entreprises comme Tesla et Mercedes-Benz.

Les marques qui connaissent la croissance la plus rapide en 2023

Alors que certaines marques telles qu'Apple et Amazon ont perdu de la valeur au cours de la dernière année, d'autres ont augmenté la valeur de leur marque.

Ci-dessous, nous montrons les marques qui se développent le plus rapidement dans le top 500 du monde:

Rank	Name	Brand Value % Change (2022-2023)
1	BYD	57%
2	ConocoPhillips	56%
3	Maersk	53%
4	LinkedIn	49%
5	Christian Dior	46%
6	Tesla	44%
7	ADP	44%
8	United Airlines	42%
9	Instagram	42%
10	Equinor	40%

BYD, une entreprise leader de véhicules électriques (VE) en Chine, a bondi le plus fortement.

Axé sur les véhicules électriques à petit budget et soutenu par Warren Buffett, il est devenu un [Concurrent en pleine croissance](#) à Tesla, et est le deuxième plus grand producteur de batteries lithium-ion au monde.

La société d'énergie **ConocoPhillips** a enregistré la deuxième plus forte hausse de valeur de la marque, grâce à l'accent mis sur les carburants de transition énergétique, la réduction des émissions de production et la réduction des coûts d'approvisionnement.

Après une série d'années difficiles pour le [Industrie du transport aérien](#), la valeur de la marque United Airlines a augmenté de 42 % en raison de **l'accélération de la demande de** voyages.

Alors que le paysage économique continue de changer, la valeur de ces [Marques](#) changera également.

D'où proviennent ces données ?

Source : Financement de la marque [Rapport Global 500](#)

Remarque importante : Les valeurs indiquées ci-dessus sont des calculs de valeur de marque par opposition à la capitalisation boursière. Voir ci-dessous pour plus de détails.

Comment la valeur de la marque est-elle calculée ?

D'une manière générale, la méthodologie de calcul de la « valeur de la marque » est une formule qui est la suivante :

Force de la marque (BSI) x Taux de redevance de la marque x Revenus de la marque = Valeur de la marque

L'indice de force de la marque (BSI) examine l'investissement de la marque, la valeur de la marque et la performance de la marque.

Le taux de redevance de la marque est déterminé en fonction du secteur.

Enfin, les revenus prévisionnels propres à la marque sont déterminés en fonction de la proportion des revenus de la société mère attribuable à la marque en question.

La valeur de la marque elle-même est actualisée à la valeur actualisée nette.

Recherche et mise en page:

Michel Cloutier

CIVBDL

20230724

"C'est ensemble qu'on avance"