

Amazon, marque la plus puissante au monde

Amazon, pendant longtemps sur la troisième marche du podium, est devenue la marque la plus puissante du monde, selon le classement annuel du cabinet Kantar.

Amazon, marque la plus puissante du monde devant Apple et Google

D'après le classement annuel établi par le cabinet Kantar, le groupe de Jeff Bezos a donc dépassé Apple et Google, qui faisaient figures d'épouvantail depuis des années. Le géant américain du commerce en ligne est passé de la troisième à la première place pour éclipser Google, qui a fait le chemin inverse, chutant de la première à la troisième place, Apple conservant la deuxième place.

Pour rappel, Amazon est basée dans la ville américaine de Seattle (État de Washington) et a été fondée par Jeff Bezos en 1994 dans son garage. Afin de parvenir en tête du classement, la marque a pu compter sur des acquisitions clés, un service à la clientèle de qualité et un business modèle innovant, a ainsi expliqué Kantar dans un communiqué.

Les marques asiatiques progressent

Ce classement est nouvelle fois dominé par des entreprises américaines, avec donc Amazon, à 315 milliards de dollars, Apple à 309,5 milliards de dollars, Google pour 309 milliards de dollars et Microsoft pour 251 milliards de dollars. Visa, spécialiste des paiements, se classe au cinquième rang avec 178 milliards de dollars, tandis que le groupe de réseaux sociaux Facebook se retrouve sixième, avec près de 159 milliards de dollars.

Autre constat, les domaines qui bénéficient de l'expansion des activités sur Internet tels que la distribution, la finance et les technologies dominent le classement. L'étude note que 23 marques asiatiques occupent désormais le classement dont 15 chinoises. Pour la première fois, Alibaba est devenue la marque chinoise la plus importante. Le géant du commerce électronique, se situe au septième rang avec 131,2 milliards de dollars, en hausse de deux places par rapport à l'année précédente.

Le cocorico du classement vient de Louis Vuitton, première marque française (22e) à apparaître. Les marques les plus valorisées sont issues du secteur du luxe, avec également Chanel (31e) et Hermès (37e).