

Google, Apple et IBM sont les trois plus grandes marques au monde

Selon Millward Brown, **Apple** ne serait plus la première marque au monde. La firme a été détrônée par un autre grand nom du monde IT, **Google**.

Sur une année, Millward Brown estime que la valeur de la marque Apple a plongé de 20 %, à 148 milliards de dollars. Dans le même temps, celle de la marque Google aurait gagné 40 %, à 159 milliards de dollars. La montée rapide de l'offre **Android** au détriment d'**iOS** peut expliquer en partie ce désaveu d'Apple en faveur de son concurrent, jugé plus dynamique.

Omniprésence de l'IT dans le haut du classement

IBM conserve la troisième place du classement, malgré une baisse de 4 % de la valeur de sa marque, à 107 milliards de dollars. Baisse d'autant moins explicable que la firme travaille sur des projets avancés dans le domaine de l'informatique cognitive et a abandonné le x86 au profit du Power. Deux éléments qui devraient en toute logique rehausser son image de marque.

Microsoft gagne pour sa part la quatrième place du classement, grâce à une hausse de 29 % qui lui permet d'atteindre une valeur de 90 milliards de dollars. Une montée difficile à expliquer au vu de la mauvaise image que s'est forgée la firme avec Windows 8. Il faut attendre la cinquième place pour trouver une société qui n'œuvre pas dans l'IT, en l'occurrence McDonald's.

Cette omniprésence dans le haut du classement de firmes travaillant dans les technologies se retrouve en Europe, avec comme première valeur **SAP** (36 milliards de dollars, +6 %, 19^e place du classement mondial), mais aussi en Asie, où Tencent occupe la première place du podium (54 milliards de dollars, +97 %, 14^e place du classement).

Autres sociétés IT présentes dans le classement mondial : Facebook (21^e position), Baidu (25^e), Oracle (45^e), HP (49^e), Accenture (55^e), Yahoo! (69^e), Twitter (71^e), Cisco (72^e), LinkedIn (78^e) et Intel (86^e). Assez curieusement, Lenovo n'est pas référencé. Il est à noter que Twitter et LinkedIn font cette année leur entrée dans le top100 des marques opéré par Millward Brown.

Le luxe à la française a du succès, mais pas son IT

Côté français, Louis Vuitton, L'Oréal et Hermès arrivent tous à se positionner dans les 50 premières marques mondiales (elles sont respectivement 30^e, 36^e et 41^e du classement).

Orange se positionne péniblement en 62^e position, avec une marque dont la valeur est estimée à 15,6 milliards de dollars (+13%). Aucune autre société française ne se place dans le top100 de Millward Brown. Exit donc la SSII Capgemini (d'une taille pourtant non négligeable) ou le plus modeste, mais très dynamique, éditeur Dassault Systèmes.

Nulle trace également de Total (pétrole et gaz), Danone (agroalimentaire), BNP Paribas (banque), AXA (assurance) ou encore Carrefour (grande distribution). Ces sociétés, qui sont des leaders mondiaux en matière de chiffre d'affaires, sont visiblement loin de faire recette comme marques... du moins, vu des États-Unis.

Crédit photo : © Adrian Hillman – Fotolia.com

Voir aussi nos quiz :

[Incollable sur les grands noms du monde IT ?](#)

[Où se trouvent les géants de l'IT ?](#)

[Les secrets des noms des grandes firmes de l'IT](#)