

# Interbrand publie le classement des 50 marques globales les plus écologiquement responsables

Communiqué de presse – 27 juillet 2011

**Interbrand publie un nouveau rapport le BEST GLOBAL GREEN BRANDS, qui évalue les marques selon la perception par les consommateurs de leurs actions écologiques et la performance environnementale réelle.**

Toyota (1er), 3M (2nd) et Siemens (3eme) sont en tête de cette première édition du « Best Global Green Brands ». C'est le premier classement Interbrand exclusivement consacré à l'engagement environnemental des marques. Celui-ci a été réalisé sur l'échantillon des marques présentes au sein du Best Global Brands 2010, le palmarès des 100 marques mondiales les plus valorisées (établi chaque année par Interbrand).

Les résultats montrent que les marques écologiques les plus fortes sont celles qui se différencient constamment et à la fois s'engagent dans des actions environnementales que les consommateurs trouvent pertinentes, mais aussi parce qu'elles savent mettre en place des pratiques « vertes » profitables au sein de leur organisation. C'est parce que celles-ci sont bien exécutées et que leurs résultats sont valorisés auprès du public, qu'elles deviennent créatrices de valeur. « *Alors que la responsabilité citoyenne de la marque est devenu une norme, les initiatives écologiques qui par nature sont les plus visibles et parfois les plus faciles à affirmer sont donc les plus lisibles. Aujourd'hui, ces initiatives sont celles qui représentent le plus de difficulté pour générer de la performance* », explique Bertrand Chovet, Directeur Général d'Interbrand Paris. « *Les marques les plus fortes sont celles qui marient le plus parfaitement performance et perception. Ces marques fortes ont une capacité exceptionnelle à créer de profondes connections avec les clients en s'appuyant sur des pratiques environnementales concrètes et crédibles* ».

Pour réaliser ce classement, Interbrand a conduit une évaluation de la perception de chaque marque par les consommateurs. Des consommateurs des 10 marchés mondiaux majeurs (US, Japon, Allemagne, France, UK, Italie, Brésil, Espagne et Inde) ont été interrogés sur la façon dont l'environnement impacte leurs décisions d'achat et d'autre part sur la perception et la compréhension générale qu'ils ont des activités environnementales de chaque marque.

Le classement s'appuie également en partie sur les scores de performances, dérivés de l'analyse des données publiques disponibles. Deloitte a été missionné pour développer une méthodologie pour évaluer les performances des entreprises en matière de protection de l'environnement, sur la base des données publiques disponibles afin de contribuer à la méthodologie globale

d'évaluation d'Interbrand. Ces scores de performances sont un des critères pris en compte pour le classement final. Le score définitif est obtenu par la combinaison des mesures de perception et de performance : la différence entre ces deux valeurs représente le décalage potentiel entre les performances réelles de la marque en matière d'engagement environnemental et la perception qu'en ont les consommateurs.

## Les principaux enseignements à retenir :

1/ Toyota, numéro un du classement, est le meilleur exemple de marque qui a su mettre l'environnement au cœur de ses priorités managériales et rendre cette démarche compréhensible en engageant l'ensemble de ses publics dans le monde.

2/ Les activités Automobile et Electronique dominent le classement non seulement par leur capacité à mettre en place des pratiques responsables au sein de leur organisation mais aussi parce qu'elles savent valoriser leurs efforts auprès du public en les communiquant efficacement.

3/ Certaines marques ont un score de performance nettement supérieur à celui de la perception. Ainsi, L'Oréal, Nokia et HSBC, qui développent pourtant de nombreuses actions, principalement communiqué en interne, gagneraient à les faire connaître plus clairement au grand public.

4/ A l'opposé, McDonald's, GE et Coca-Cola, ont des scores de perception significativement plus haut que ceux de leur performance. La puissance et la notoriété de ces marques leur permet en effet de bénéficier d'une image de marque environnementale au moins aussi puissante que leur perception générale.

**L'intégralité de l'étude BGGB ainsi que les profils de toutes les marques du classement sont disponibles sur [interbrand.com](http://interbrand.com)**

**Contact Presse : Camille Besle**

01 55 57 06 49 – 06 24 36 24 66

[cbesle@pressbook-rp.fr](mailto:cbesle@pressbook-rp.fr)

## A propos d'Interbrand

Interbrand a été créé en 1974 à une époque où tout le monde considérait que la marque n'était qu'un nouveau terme pour parler de logotype. Nous avons changé la vision du monde sur les marques et sur leur management en créant et gérant les marques comme un véritable actif de l'entreprise.

Avec près de 40 bureaux dans le monde, nous constituons le plus grand groupe de conseil sur les marques. Nous rassemblons une grande diversité d'experts qui nous permettent de combiner rigueur analytique et créativité.

Possédant la plus grande présence internationale, nous offrons à nos clients davantage d'écoute et d'expertises en lien avec leurs problématiques. Nous créons et gérons la valeur de la marque en positionnant celle-ci au cœur même des enjeux stratégiques de l'entreprise. Le réseau est notamment reconnu pour son étude annuelle, les Best Global Brands, comme l'un des 3 classements les plus influents auprès des dirigeants d'entreprise.

A Paris, Interbrand conseille notamment les marques : Accor, AXA, Baccarat, Carrefour, Constellium, Danone, Dim, EDF, Essilor, Fnac, Gemalto, Jean Paul Gaultier, McDonald's, PPR, Rémy Martin, Roland Garros, Schneider Electric, SFR, Vallourec, Wrigley ...

Plus d'informations : [www.interbrand.com](http://www.interbrand.com) [www.brandchannel.com](http://www.brandchannel.com)

# Interbrand

## Interbrand's Ranking of the Best Global Green Brands

RANK	BRAND	SECTOR	SCORE	GAP (performance – perception)
1	TOYOTA	AUTOMOTIVE	64.19	-7.64
2	3M	DIVERSIFIED	63.33	0.74
3	SIEMENS	DIVERSIFIED	63.08	6.44
4	JOHNSON & JOHNSON	FMCG	59.41	2.35
5	HEWLETT-PACKARD	ELECTRONICS	59.06	12.88
6	VOLKSWAGEN	AUTOMOTIVE	58.90	1.82
7	HONDA	AUTOMOTIVE	58.85	-11.11
8	DELL	ELECTRONICS	58.81	11.08
9	CISCO	BUSINESS SERVICES	57.66	15.07
10	PANASONIC	ELECTRONICS	57.32	12.68
11	HYUNDAI	AUTOMOTIVE	57.18	11.28
12	BMW	AUTOMOTIVE	56.81	4.90
13	APPLE	ELECTRONICS	56.43	-0.48
14	DANONE	FMCG	56.15	1.39
15	L'ORÉAL	FMCG	55.84	22.68
16	MERCEDES-BENZ	AUTOMOTIVE	55.24	2.63
17	NIKE	SPORTING GOODS	54.94	7.83
18	SONY	ELECTRONICS	54.73	4.84
19	IBM	BUSINESS SERVICES	54.68	13.93
20	FORD	AUTOMOTIVE	54.67	-13.61
21	ALLIANZ	FINANCIAL SERVICES	54.55	-0.13
22	NOKIA	ELECTRONICS	54.51	17.26
23	ADIDAS	SPORTING GOODS	54.48	7.48
24	GE	DIVERSIFIED	54.24	-23.17
25	SAMSUNG	ELECTRONICS	54.06	11.76
26	INTEL	ELECTRONICS	53.89	10.63
27	COCA-COLA	BEVERAGES	53.38	-19.61
28	CANON	ELECTRONICS	53.13	7.46
29	PEPSI	BEVERAGES	53.04	-1.98
30	MICROSOFT	COMPUTER SOFTWARE	53.02	-8.69
31	XEROX	ELECTRONICS	52.61	14.27
32	PHILIPS	ELECTRONICS	52.58	9.88
33	SHELL	ENERGY	52.47	4.07

## Interbrand

34	<b>CATERPILLAR</b>	DIVERSIFIED	52.08	-6.06
35	<b>CAMPBELL'S</b>	FMCG	50.94	6.90
36	<b>KELLOGG'S</b>	FMCG	50.81	-16.14
37	<b>AVON</b>	FMCG	50.36	0.92
38	<b>SAP</b>	BUSINESS SERVICES	50.16	-0.20
39	<b>IKEA</b>	HOME FURNISHINGS	49.32	-16.64
40	<b>SANTANDER</b>	FINANCIAL SERVICES	49.26	-5.70
41	<b>AXA</b>	FINANCIAL SERVICES	48.39	-2.72
42	<b>STARBUCKS</b>	RESTAURANTS	47.99	-13.01
43	<b>NINTENDO</b>	ELECTRONICS	47.78	8.23
44	<b>CREDIT SUISSE</b>	FINANCIAL SERVICES	47.07	6.25
45	<b>MCDONALD'S</b>	RESTAURANTS	47.06	-27.96
46	<b>CITI</b>	FINANCIAL SERVICES	46.97	11.81
47	<b>BARCLAYS</b>	FINANCIAL SERVICES	46.90	7.13
48	<b>HSBC</b>	FINANCIAL SERVICES	46.54	15.86
49	<b>UPS</b>	TRANSPORTATION	46.12	-9.79
50	<b>ACCENTURE</b>	BUSINESS SERVICES	45.76	-13.18

## Top Brands par secteur

### Electronique

1. HP
2. Dell
3. Panasonic
4. Apple
5. Sony
6. Nokia
7. Samsung
8. Canon
9. Xerox
10. Philips
11. Nintendo

### Automobile

1. Toyota
2. Volkswagen
3. Honda
4. Hyundai
5. BMW
6. Mercedes-Benz
7. Ford

### Services Financiers

1. Allianz
2. Santander
3. AXA
4. Credit Suisse
5. Citi
6. Barclays
7. HSBC

### FMCG

1. Johnson & Johnson
2. Danone
3. L'Oréal
4. Campbell's
5. Kellogg's
6. Avon

### Business Services

1. Cisco
2. IBM
3. Intel
4. SAP
5. Accenture

### Diversifiés

1. 3M
2. Siemens
3. GE
4. Caterpillar

### Boissons

1. Coca-Cola
2. Pepsi

### Restaurants

1. Starbucks
2. McDonald's

### Equipelement Sports

1. Nike
2. Adidas

### Logiciels

1. Microsoft

### Energie

1. Shell

### Equipelement de la Maison

1. IKEA

### Transports

1. UPS