



По итогам исследования, проведенного журналом Forbes, стоимость бренда Budweiser на 2013 год составляет \$21,1 млрд. Forbes определяет ценность брендов по следующим параметрам: доходы компании за последние три года с учетом средней цены акций и прибыли, а также положение, которое занимает бренд в своей отрасли. Легендарная американская торговая марка, принадлежащая компании Anheuser-Busch InBev, которую в нашей стране представляет лидер отечественной пивоваренной отрасли «САН ИнБев», заняла 19-ое место, потеснив такие бренды как Nike, Facebook, Heineken и многие другие. Технологические гиганты Apple, Microsoft, IBM, Google, а также компания Coca-Cola занимают первые пять позиций рейтинга. Нужно отметить, что в прошлом году состав тройки лидеров списка был таким же, однако стоимость брендов оценивалась несколько ниже.

В рейтинге Forbes приняли участие компании из 15 стран и 20 продуктовых категорий. Один из важных критериев – наличие представительства на рынке США. Крупнейшие операторы мобильной связи в мире, China mobile и Vodafone, по этой причине не смогли попасть в рейтинг. В список попадают как бренды отдельных продуктов (пиво Budweiser компании Anheuser-Busch InBev), так и корпоративные бренды (Intel, Google и др.). Для определения стоимости бренда учитывается средняя выручка компаний за последние три года, умноженная на мультипликатор, и роль, которую участники рейтинга играют в своих отраслях. Более 50% рейтинга заняли американские компании, затем идут немецкие, французские и японские бренды.

BUD - самый дорогостоящий алкогольный бренд в мире

Автор: Administrator

11.11.2013 19:25 - Обновлено 11.11.2013 19:29

Сергей Селиванов, директор зоны Центральной и Восточной Европы по бренду BUD и премиальному сегменту:

«Для нас это огромная ответственность - представлять перед Российскими потребителями культовое пиво BUD, история существования которого насчитывает уже более 135 лет. На российском рынке бренд BUD присутствует с 2010 года, причем, заметный рост продаж начался сразу, и продолжается до сих пор. По последним данным, за 2012 год доля пива BUD на рынке увеличилась на 50%, а в 3 квартале 2013 составила 1.5% от всего пивного рынка в России. То, что BUD на фоне общего падения рынка пива увеличивает долю, является большим успехом. Долгая история бренда, накопленный опыт, превратились в капитал. Из локального бренда для узкой аудитории, BUD превратился во всемирно любимый напиток.

Не стоит также недооценивать усилия маркетинговых команд BUD: на протяжении многих лет BUD поддерживает ведущие спортивные события, которые объединяют большие аудитории. В ближайшие годы это будут чемпионаты мира по футболу в Бразилии, Катаре и в России. Также, BUD ведет совместную работу с ключевыми фигурами мирового шоу-бизнеса, такими, как Jay-Z и Rihanna».