Stratégies.fr

www.strategies.fr

Date : 27/06/12

Toyota en tête des marques les plus écologiques selon Interbrand

Interbrand vient de publier les « Best Global Green Brands 2012 » (« BGGB »), le classement 2012 des meilleures marques vertes mondiales. Toyota, Johnson & Johnson, et Honda, sont en tête, tandis que Danone, Ford, Starbucks, et UPS réalisent les meilleures progressions de l'année.

Les BGGB 2012 se penchent sur l'écart qui existe entre les performances écologiques des entreprises et la perception qu'en ont les consommateurs, en se basant sur les résultats du classement BGB 2011.

Cette année, les constructeurs automobiles et les entreprises de haute technologie dominent le classement. Toyota maintient sa place de numéro un et continue d'inscrire le développement durable au cœur de ses priorités commerciales. Toyota a quasiment atteint son objectif de zéro déchet sur toutes ses unités de production en Amérique du Nord et continue d'augmenter le nombre de ses bâtiments et concessions basse consommation (norme LEED). La marque est suivie de Honda (n°3), Volkswagen (n°4), BMW (n°10), Ford (n°15), Mercedes-Benz (n°16), Hyundai (n°17) et Nissan (n°21).

Évaluation du site

Site de l'hebdomadaire Stratégies. Il permet à ses abonnés de recevoir, tous les matins sur leur adresse e-mail, la lettre quotidienne électronique de la communication : Stratégies Newsletter.

Cible
Spécialisée

Dynamisme* : 61
* pages nouvelles en moyenne sur une semaine

copyright © 2011, Argus de la presse Tous droits réservés

Les marques de technologie de pointe se font également remarquer : Panasonic a bondi de quatre places pour se positionner n° 6 au classement des BGGB de cette année.
Parmi les nouveaux entrants :
Nissan (N° 21), le constructeur automobile japonais a pris des mesures ambitieuses pour réduire son empreinte carbone dans le monde entier avec un nouveau plan d'action environnemental de six ans appelé le Nissan Green Program.
H&M (N° 46), avec le lancement de « Conscious Collection », sa ligne de vêtements de marque respectueuse de l'environnement, fabriquée avec des matériaux durables.
UBS (N° 50). Bien qu'apparaissant comme le plus grand bailleur de fonds de l'exploitation minière à ciel ouvert aux États-Unis, le score de performances de la marque connait une légère hausse, en particulier dans l'évaluation des ses opérations.

Les plus fortes progressions :

Danone (N° 9) en restant farouchement engagé pour réduire de 30% son empreinte carbone d'ici la fin de l'année 2012. La marque a déjà atteint le niveau de -27,5%. La co-création du fonds baptisé « Livelihoods » (« moyens de subsistance ») de Danone en 2011 marque une nouvelle étape dans sa stratégie de développement durable.

La marque Ford (N° 15), se distingue elle aussi. Cette année, la marque a connu une amélioration significative de ses performances environnementales, à la fois pour ses opérations (émissions, de l'industrie des ressources, etc) et pour la transparence de son approche en termes d'engagement et de divulgation de ses activités et de leur impact sur l'environnement.
Ce sont Starbucks (N° 36) et UPS (N° 43) qui ont le plus amélioré leur position dans le palmarès de cette année, toutes deux ayant progressé de six points par rapport à leur position dans les BGGB 2011.

Les 50 BGGB de cette année comprennent 22 marques fabriquées et gérées aux États-Unis. La première marque américaine est Johnson & Johnson (N° 2), suivie par Hewlett-Packard (N° 5), Dell (N° 7), Cisco (N° 11), et 3M (N° 12). En raison de leur technologie et de la domination de leurs marques automobiles, le Japon et l'Allemagne suivent les États-Unis. Chacun de ces pays a produit 7 des 50 meilleures marques vertes mondiales de cette année.

Pour en savoir davantage à propos du classement BGGB, veuillez-vous rendre sur www.BestGlobalGreenBrands.com

copyright © 2011, Argus de la presse Tous droits réservés