



BRAND FOOTPRINT 2015

LAS MARCAS DE GRAN CONSUMO MÁS ELEGIDAS EN EL MUNDO

A young girl with short black hair, wearing a light blue t-shirt and purple pants, sits on a wooden bench in a small grocery store. She is surrounded by shelves filled with various snacks, including bags of chips, instant noodle cups, and other packaged goods. The store has a rustic feel with wooden shelves and a corrugated metal wall. The lighting is warm and focused on the girl.

AGENDA

Qué es Brand Footprint

Las marcas más compradas en el mundo

Brand Footprint España 2015

Al detalle: Ranking por sectores, CCAA y Fabricantes

Brand Footprint el único ranking mundial de marcas de gran consumo



Cada compra es una decisión.

El ranking Brand Footprint revela qué marcas ganan más veces en ese momento de la verdad, a través de los

**CONTACTOS CON EL
CONSUMIDOR**
(Consumer Reach Points o CRP)

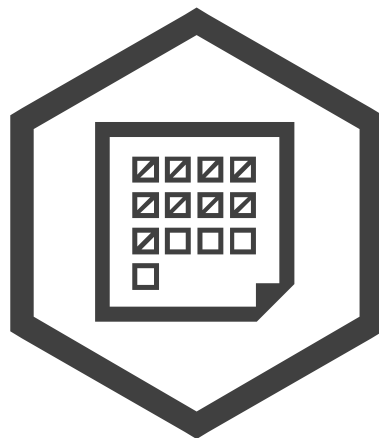
¿Qué son los contactos con el consumidor (CRP)?



CUÁNTOS

PENETRACIÓN

% Hogares que compran la marca al menos una vez al año



CADA CUÁNTO

FRECUENCIA

Número de veces que cada hogar compra la marca anualmente



POBLACIÓN

UNIVERSO

Número de hogares del país



250_{mil}
MILLONES



DECISIONES
REALES
DE COMPRA

11,000



MARCAS

200



MERCADOS
DE GRAN
CONSUMO

35



PAÍSES

4



CONTINENTES

Perímetro de estudio



Marcas de
Fabricante



Definición de
marca desde la
óptica del
consumidor

<http://www.brand-footprint-ranking.com/#/what-is-brand-footprint>



Una marca es
global cuando
está presente
en 2 o más
continentes



Sectores:
- Alimentación
(incluye Frescos),
- Bebidas,
- Droguería,
- Perfumería,
- Productos infantiles.



Novedad 2015
Incluimos
productos sin
código de
barras (granel
y peso
variable).

A young girl with short black hair, wearing a light blue t-shirt and purple pants, sits on a wooden bench in a small grocery store. She is surrounded by shelves filled with various snacks, including bags of chips, instant noodle cups, and other packaged goods. The store has a rustic feel with wooden shelves and a corrugated metal wall. The lighting is warm and focused on the girl.

AGENDA

Qué es Brand Footprint

Las marcas más compradas en el mundo

Brand Footprint España 2015

Al detalle: Ranking por sectores, CCAA y Fabricantes

Principales resultados globales

#1

Coca-Cola es la marca líder en el mundo

- EEUU
- Brasil
- España
- Mexico
- Venezuela
- Grecia
- Chile
- América Central

#1

Downy es la marca que más crece en contactos:
+23% CRP's

Atrae 11 millones de nuevos compradores

19

Colgate gana más compradores que ninguna otra marca

19 millones de nuevos de hogares la compran

+3

Dove escala de la posición 12 a la 9.

Entra en el Top10 global por primera vez

50%

La mitad de las 11.000 marcas analizadas crece y la otra mitad decrece



Fuente: Kantar Worldpanel

Principales resultados globales

5

Sólo 5 marcas en el mundo tienen más de un 99% de penetración*

- Coca Cola (México)
- Pil (Bolivia)
- Gloria (Perú)
- Indomie (Indonesia)
- Almarai (Arabia Saudi)

3

Entre las que más crecen en el mundo, 3 son de snacks.

- Lay's
- Doritos
- Cheetos

=

La distribución moderna está estable globalmente

32%

de las marcas de Gran Consumo llegan a menos de un 5%* de los hogares en su país

4X

Los países desarrollados gastan 4 veces más en gran consumo que los países emergentes



Fuente: Kantar Worldpanel * Penetración en un país

Las 10 marcas de gran consumo más elegidas en el mundo

Rank 2014	Rank Change	Rank Movement	Brand Name	Manufacturer	Consumer Reach Points (m)	Penetration %	Frequency	Consumer Reach Points Growth %
1	←	0		The Coca-Cola Company	5,722	43.3	13.4	-2 ↓
2	←	0		Colgate-Palmolive Company	3,992	64.6	6.3	3 ↑
3	←	0		Nestlé	2,755	32.7	8.6	5 ↑
4	↑	1		Unilever	2,338	26.5	8.9	7 ↑
5	↓	-1		Nestlé	2,137	22.8	9.5	-8 ↓
6	←	0		PepsiCo	1,984	24.6	8.2	1 ↑
7	↑	2		PepsiCo	1,747	27.2	6.5	6 ↑
8	↓	-1		Unilever	1,647	29.4	5.7	-4 ↓
9	↑	3		Unilever	1,457	34.7	4.3	6 ↑
10	←	0		Procter & Gamble	1,438	29.8	4.9	-1 ↓

Fuente: Kantar Worldpanel

Ranking Brand Footprint 2015

Las 50 marcas de gran consumo más elegidas en el mundo

Rank 2014	Rank Change	Rank Movement	Brand Name	Manufacturer	Consumer Reach Points (m)	Penetration %	Frequency	Consumer Reach Points Growth %
1	↔	0		The Coca-Cola Company	6,722	42.9	19.4	-2 ⬇️
2	↔	0		Colgate-Palmolive Company	2,992	64.6	6.2	2 ⬆️
3	↔	0		Nestlé	2,755	22.7	9.6	5 ⬆️
4	⬆️	1		Unilever	2,229	24.5	9.9	7 ⬆️
5	⬇️	-1		Nestlé	2,127	22.9	9.5	-9 ⬇️
6	↔	0		Pepsico	1,996	24.6	9.2	1 ⬆️
7	⬆️	2		Pepsico	1,747	27.2	6.5	4 ⬆️
8	⬇️	-1		Unilever	1,647	29.4	5.7	-4 ⬇️
9	⬆️	2		Unilever	1,457	24.7	4.2	4 ⬆️
10	↔	0		P&G	1,429	29.9	4.9	-1 ⬇️
11	⬇️	-2		P&G	1,289	24.2	5.4	-17 ⬇️
12	⬇️	-1		Nestlé	1,275	29.2	4.9	8 ⬆️
13	↔	0		Unilever	1,219	21.9	4.2	1 ⬆️
14	⬆️	4		P&G	1,264	14.2	9.8	22 ⬆️
15	⬆️	0		Unilever	1,212	28.1	6.1	12 ⬆️
16	⬇️	-2		Mondelēz	1,142	15.2	7.7	-11 ⬇️
17	⬇️	-1		Colgate-Palmolive Company	1,059	19.9	5.7	-2 ⬇️
18	⬇️	-1		Danone	1,052	14.9	7.2	-1 ⬇️
19	⬆️	2		Unilever	926	12.5	7.6	2 ⬆️
20	⬆️	1		The Coca-Cola Company	929	25.8	2.9	1 ⬆️
21	⬆️	2		Mondelēz	921	25.8	2.7	8 ⬆️
22	⬇️	-2		Ajinomoto	917	7.8	12.2	-5 ⬇️
23	⬇️	-2		Unilever	912	6.9	12.6	-2 ⬇️
24	⬆️	1		Nestlé	893	7.9	11.5	8 ⬆️
25	⬆️	2		H.J. Heinz Company	899	19.4	4.9	4 ⬆️

Rank 2014	Rank Change	Rank Movement	Brand Name	Manufacturer	Consumer Reach Points (m)	Penetration %	Frequency	Consumer Reach Points Growth %
26	↔	-2		Mondelēz	879	11.6	7.6	-4 ⬇️
27	⬆️	-1		P&G	869	22.6	2.7	-2 ⬇️
28	⬆️	1		The Coca-Cola Company	757	21.2	2.6	8 ⬆️
29	⬇️	-1		Danone	747	12.9	5.9	-9 ⬇️
30	⬆️	1		Unilever	742	4.2	17.7	2 ⬆️
31	⬆️	2		The Hershey Company	728	12.9	5.2	4 ⬆️
32	⬇️	-2		P&G	722	12.7	5.4	-2 ⬇️
33	⬇️	-1		Mc Cormick & Company	721	14.5	5.1	1 ⬆️
34	⬆️	2		Pepsico	714	14.5	5.8	7 ⬆️
35	↔	0		Beiersdorf	692	22.2	2.2	2 ⬆️
36	↔	0		Unilever	678	15.9	4.2	1 ⬆️
37	⬆️	2		Ferrero	665	12.2	5.5	5 ⬆️
38	⬆️	4		Pepsico	626	15.5	4.2	4 ⬆️
39	⬇️	-1		Unilever	629	14.4	4.4	-2 ⬇️
40	⬆️	14		Unilever	621	12.6	5.8	19 ⬆️
41	⬇️	-1		Unilever	617	15.5	4.8	-2 ⬇️
42	⬆️	2		General Mills	618	10.4	6.8	1 ⬆️
43	⬇️	-9		Del Monte Foods, Inc.	607	12.1	4.7	-11 ⬇️
44	⬆️	4		Pepsico	602	11.6	5.2	9 ⬆️
45	↔	0		P&G	601	22.8	3.9	4 ⬆️
46	⬆️	2		Yakult	597	9.2	7.4	9 ⬆️
47	⬇️	-4		Unilever Group	591	12.8	4.6	-2 ⬇️
48	⬇️	-7		P&G	589	15.8	4.8	-6 ⬇️
49	⬇️	-2		Unilever	578	16.4	2.5	1 ⬆️
50	⬆️	5		Pepsico	562	5.9	9.9	7 ⬆️

Fuente: Kantar Worldpanel

A young girl with short black hair, wearing a light blue t-shirt and purple pants, sits on a wooden bench in a small grocery store. She is surrounded by shelves filled with various snacks, including bags of chips, instant noodle cups, and other packaged goods. The store has a rustic feel with wooden shelves and a corrugated metal wall. The lighting is warm and focused on the girl.

AGENDA

Qué es Brand Footprint

Las marcas más compradas en el mundo

Brand Footprint España 2015











Al detalle: Ranking por sectores, CCAA y Fabricantes

Ranking Brand Footprint España 2015

1		▶	11		▲	21		▼	31		▼	41		▼
2		▶	12		▲	22		▲	32		▼	42		▲
3		▶	13		▼	23		▲	33		▼	43		▼
4		▲	14		▶	24		▲	34		▲	44		N
5		▼	15		▶	25		▲	35		▶	45		N
6		▲	16		▶	26		▲	36		▼	46		▼
7		▼	17		▶	27		▼	37		▶	47		N
8		▼	18		▶	28		▼	38		▲	48		▲
9		▼	19		▲	29		▼	39		▼	49		▲
10		▲	20		▲	30		▼	40		N	50		▼





















Fuente: Kantar Worldpanel

Las 10 marcas de gran consumo más elegidas en España

Posición 2014		Posición 2013	Marca	CRP (Millones)	%Penetración	Frecuencia de compra	% Ev. CRP
1	▶	1		151,0	80,1	10,9	-3,5
2	▶	2		116,0	78,7	8,5	-1,1
3	▶	3		108,5	74,9	8,4	-0,4
4	▲	9		80,3	61,7	7,5	26,7
5	▼	4		70,9	42,2	9,7	-9,1
6	▲	7		70,3	51,2	8,0	1,2
7	▼	6		68,7	50,8	7,8	-3,2
8	▼	5		68,3	72,1	5,5	-5,6
9	▼	8		65,6	67,9	5,6	-0,9
10	▲	11		55,8	53,7	6,0	-0,4

Fuente: Kantar Worldpanel



Ranking Brand Footprint España 2015

# 2014	# 2013	Marca	CRP (Mill.)	%Pen.	Frec. Compra	% Ev. CRP	# 2014	# 2013	Marca	CRP (Mill.)	%Pen.	Frec. Compra	% Ev. CRP
▲ 11	12		51,4	58,8	5,1	-2,9	▼ 21	19		31,7	45,5	4,0	-10,4
▲ 12	13		49,8	60,7	4,8	-3,1	▲ 22	26		28,7	37,9	4,4	-0,9
▼ 13	10		48,2	31,6	8,8	-14,5	▲ 23	28		28,0	41,4	3,9	1,5
▶ 14	14		47,6	48,1	5,7	2,7	▲ 24	31		27,8	42,1	3,8	7,8
▶ 15	15		45,0	42,2	6,2	-1,1	▲ 25	36		27,6	26,8	6,0	12,2
▶ 16	16		42,0	52,3	4,7	-4,5	▲ 26	29		27,2	54,5	2,9	2,4
▶ 17	17		39,0	34,5	6,6	-9,1	▼ 27	22		27,1	23,4	6,7	-11,4
▶ 18	18		37,0	43,2	5,0	-4,4	▼ 28	24		26,9	36,8	4,2	-7,9
▲ 19	20		34,8	21,7	9,3	0,9	▼ 29	27		26,7	44,3	3,5	-5,5
▲ 20	23		33,0	30,4	6,3	8,4	▼ 30	25		26,4	44,8	3,4	-9,6

Fuente: Kantar Worldpanel

Ranking Brand Footprint España 2015

# 2014	# 2013	Marca	CRP (Mill.)	%Pen.	Frec. Compra	% Ev. CRP
▼ 31	21		25,1	42,8	3,4	-21,4
▼ 32	30		24,7	52,9	2,7	-6,2
▼ 33	32		24,4	40,7	3,5	-3,0
► 34	34		24,4	32,7	4,3	-2,4
▲ 35	41		23,3	27,4	4,9	3,9
▼ 36	35		23,2	36,1	3,7	-6,5
► 37	37		23,1	33,7	4,0	-4,8
▲ 38	42		23,0	45,4	2,9	2,6
▼ 39	38		22,4	33,8	3,8	-7,1
N 40	57		22,0	15,3	8,3	21,3

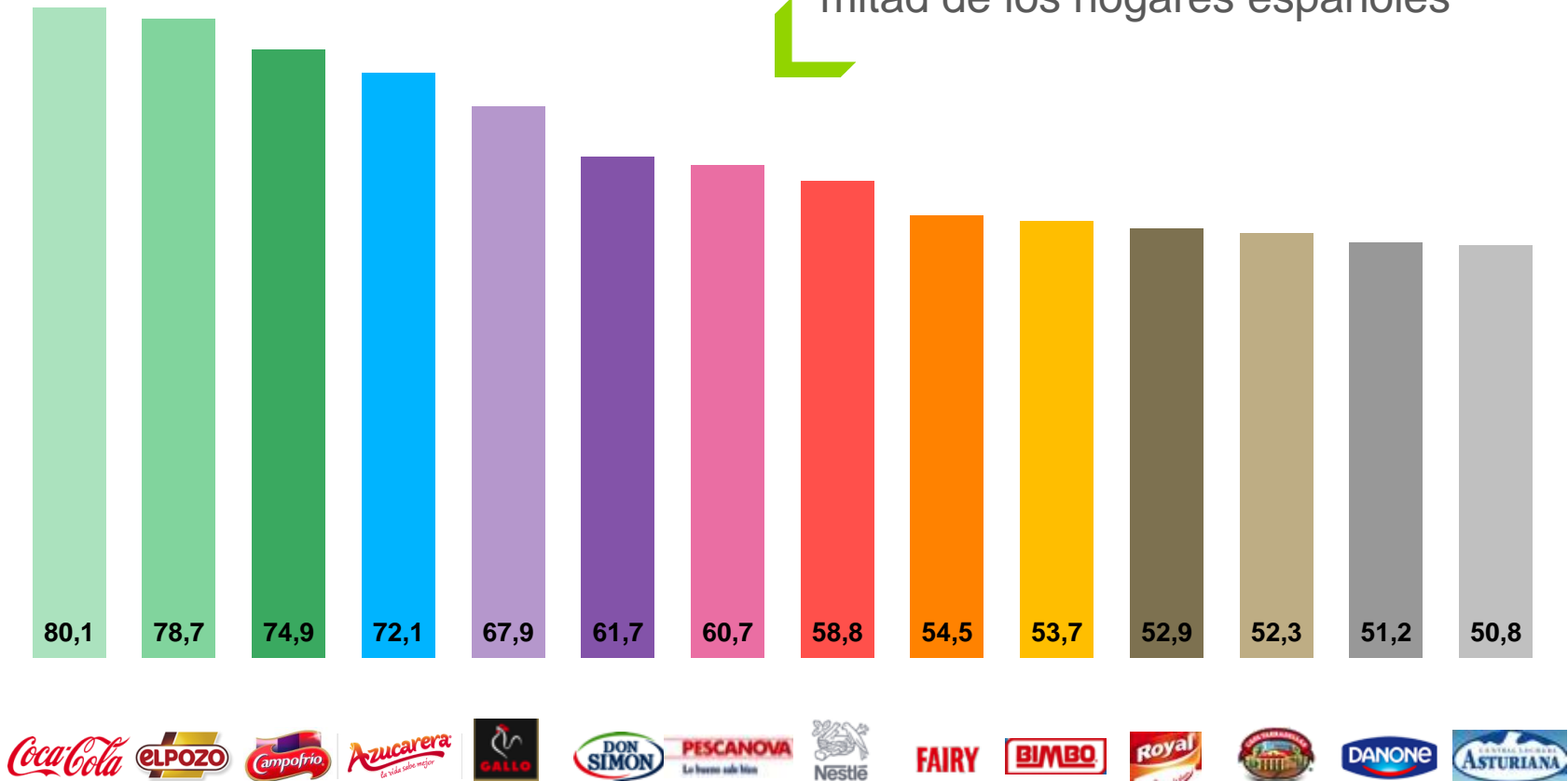
# 2014	# 2013	Marca	CRP (Mill.)	%Pen.	Frec. Compra	% Ev. CRP
▼ 41	33		21,9	30,1	4,2	-12,8
▲ 42	46		21,4	37,9	3,3	5,8
▼ 43	40		21,3	26,3	4,7	-5,2
N 44	65		21,3	31,9	3,9	24,2
N 45	58		20,9	37,4	3,2	15,9
▼ 46	39		20,6	34,1	3,5	-8,7
N 47	51		20,0	22,6	5,1	4,4
▲ 48	49		19,8	33,1	3,5	0,9
▲ 49	50		19,8	26,1	4,4	0,9
▼ 50	48		19,7	32,2	3,5	-1,9

Fuente: Kantar Worldpanel

Las marcas que más gente compra

%Penetración de compra anual

14 marcas entran en más de la mitad de los hogares españoles

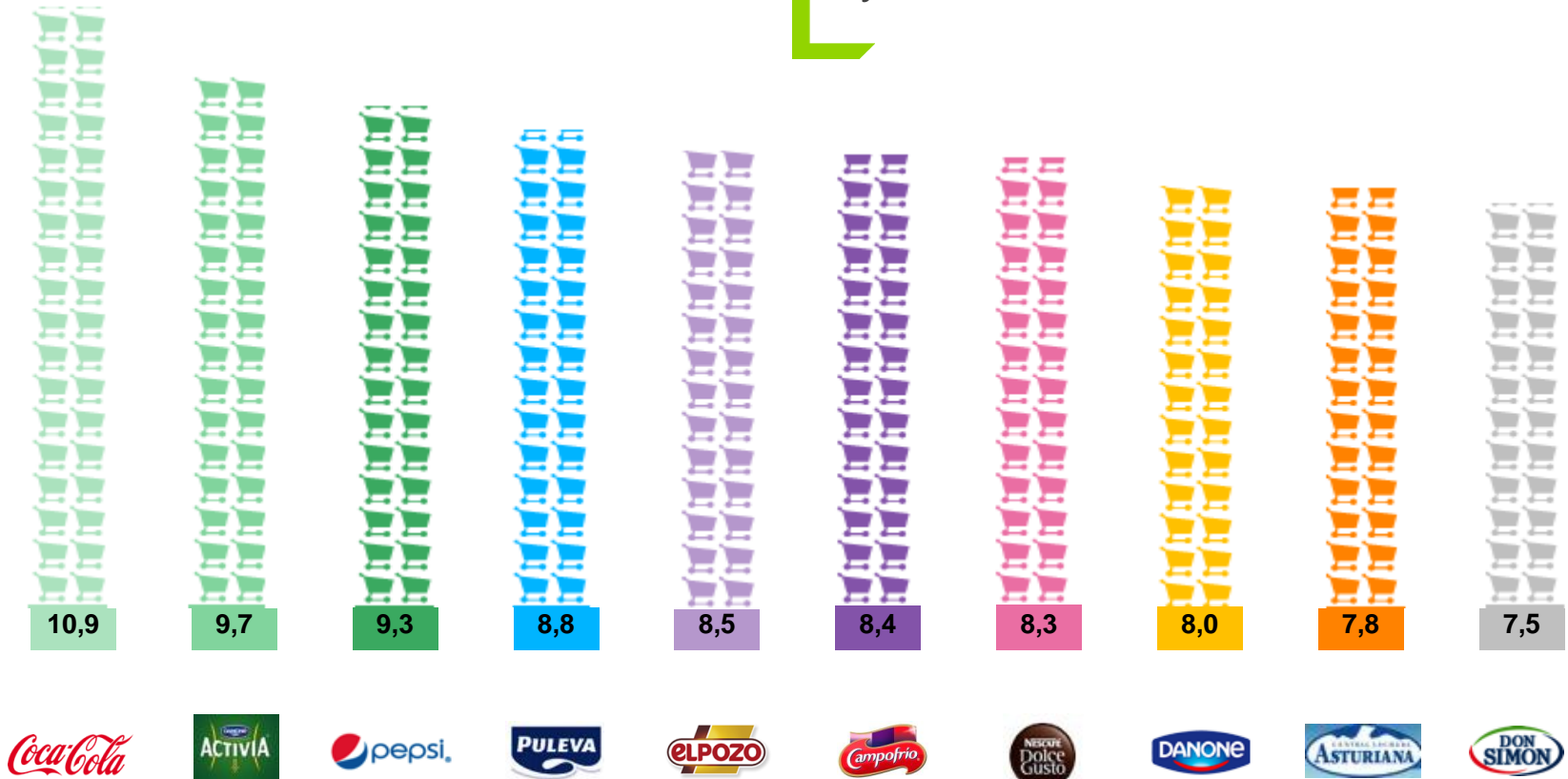


Fuente: Kantar Worldpanel

Las marcas que se compran más a menudo

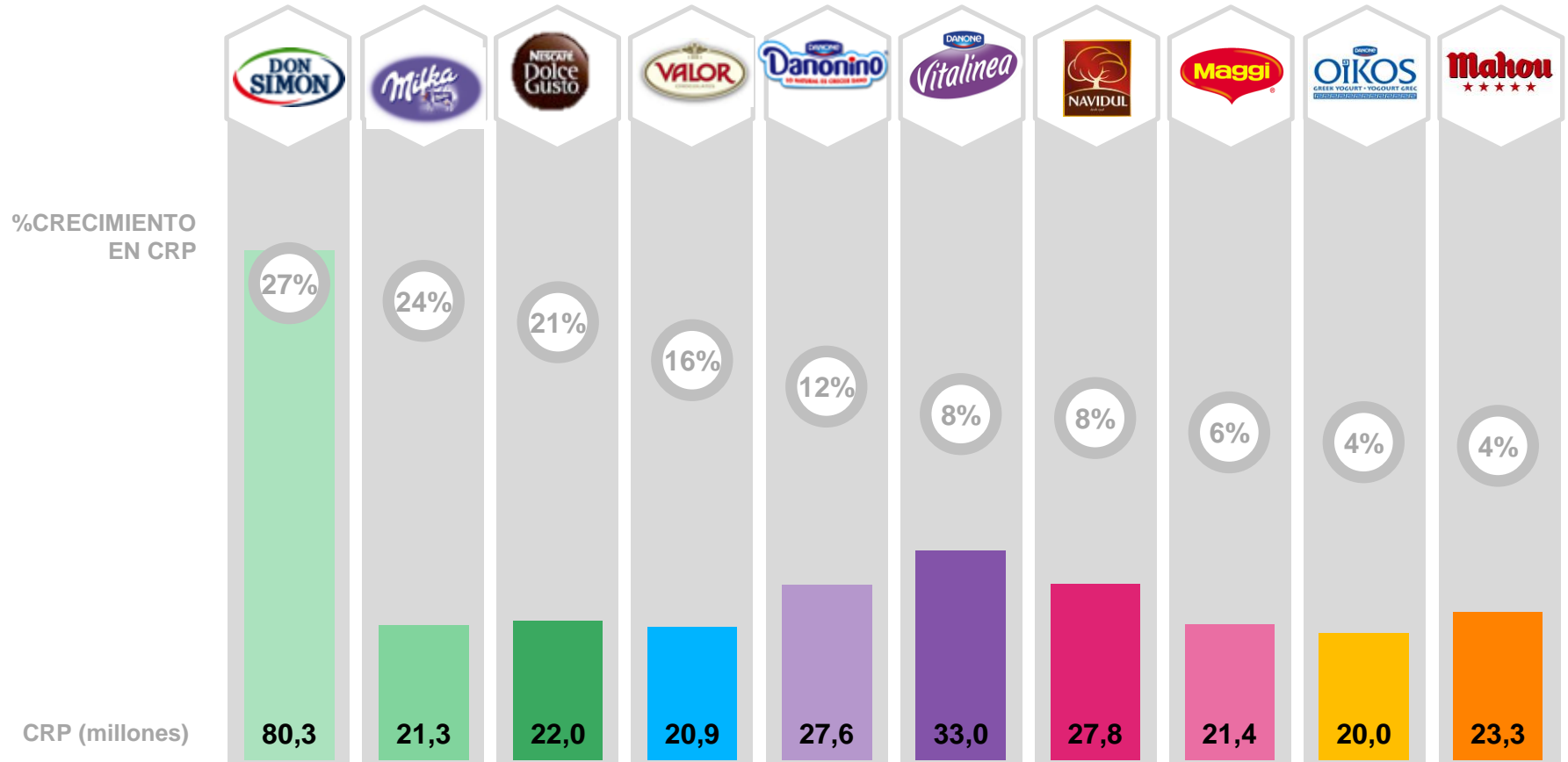
Frecuencia de compra (Nº actos de compra al año)

Productos de impulso, lácteos y cárnicos los más frecuentes



Fuente: Kantar Worldpanel

Las 10 marcas que más crecen en CRP



Fuente: Kantar Worldpanel

A young girl with short black hair, wearing a light blue t-shirt and purple pants, sits on a wooden bench in a small grocery store. She is surrounded by shelves filled with various snacks, including bags of chips, instant noodle cups, and other packaged goods. The store has a rustic feel with wooden shelves and a corrugated metal wall. The lighting is warm and focused on the girl.

AGENDA

Qué es Brand Footprint

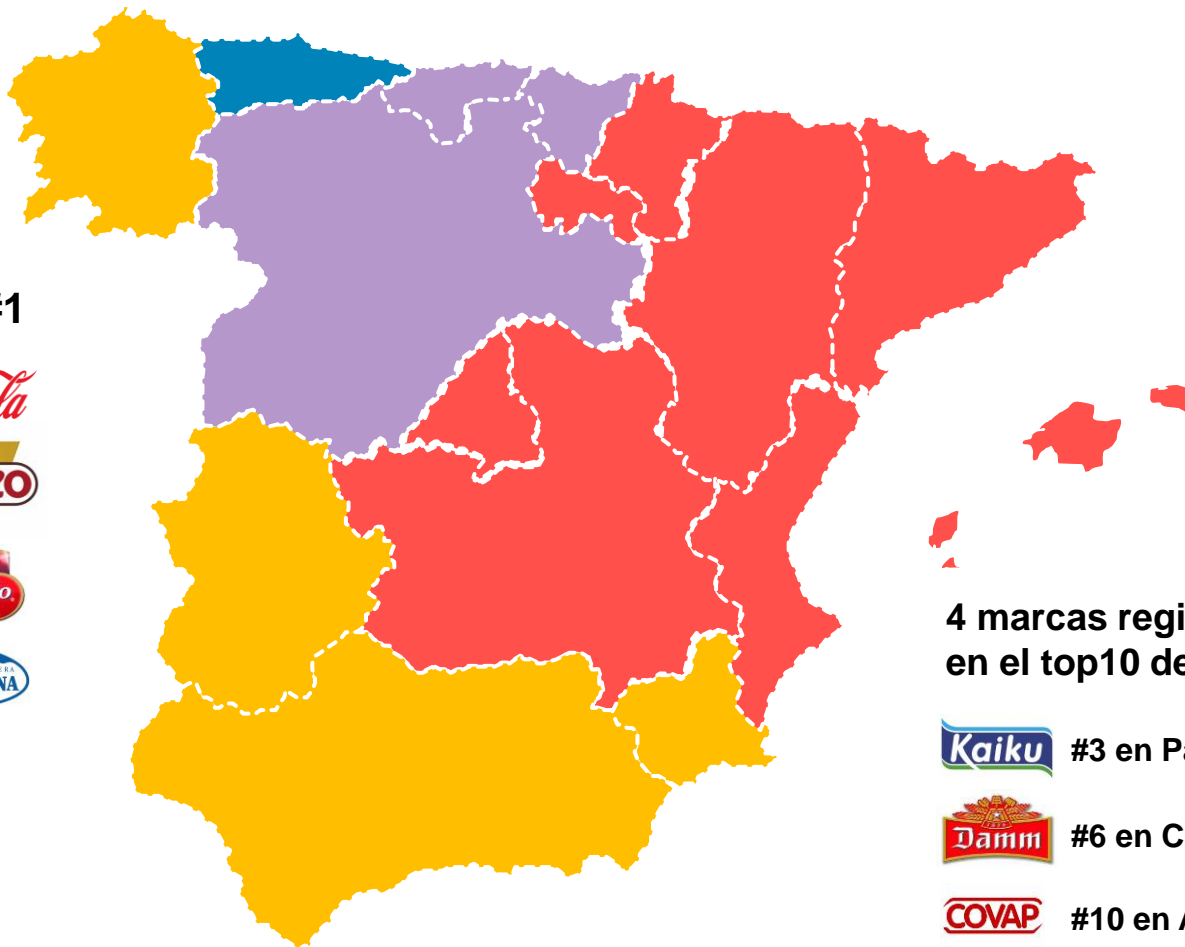
Las marcas más compradas en el mundo

Brand Footprint España 2015

Al detalle: Ranking por sectores, CCAA y Fabricantes

En el ámbito regional, el liderazgo está más repartido

Marca #1




4 marcas regionales
en el top10 de CCAA*

 #3 en País Vasco y #6 en Navarra

 #6 en Cataluña

 #10 en Andalucía

 #2 en Galicia











**marcas que aparecen en el top10 de CCAA
pero no en el ranking general*

Fuente: Kantar Worldpanel

Top 10 marcas por CCAA

ANDALUCÍA		
# 2014	Marca	CRP (Mill.)
1		28,0
2		24,8
3		20,5
4		19,3
5		18,4
6		16,6
7		12,0
8		12,0
9		11,5
10		11,5








ARAGÓN		
# 2014	Marca	CRP (Mill.)
1		4,7
2		3,3
3		2,7
4		2,4
5		2,2
6		2,1
7		2,0
8		2,0
9		2,0
10		1,9

ASTURIAS		
# 2014	Marca	CRP (Mill.)
1		9,0
2		5,1
3		2,9
4		2,9
5		2,8
6		2,2
7		2,0
8		1,7
9		1,7
10		1,6

CANTABRIA		
# 2014	Marca	CRP (Mill.)
1		1,8
2		1,5
3		1,4
4		1,2
5		1,2
6		1,1
7		1,1
8		1,0
9		0,9
10		0,9

Fuente: Kantar Worldpanel

Top 10 marcas por CCAA

CASTILLA LA MANCHA		
# 2014	Marca	CRP (Mill.)
1		7,5
2		7,2
3		4,7
4		4,7
5		2,8
6		2,7
7		2,7
8		2,7
9		2,6
10		2,6

CASTILLA-LEÓN		
# 2014	Marca	CRP (Mill.)
1		8,4
2		7,0
3		5,0
4		4,2
5		4,1
6		4,1
7		3,7
8		3,5
9		3,3
10		3,2

CATALUÑA		
# 2014	Marca	CRP (Mill.)
1		31,3
2		15,7
3		14,5
4		13,5
5		13,3
6		12,4
7		11,7
8		10,9
9		9,5
10		9,5

COM . MADRID		
# 2014	Marca	CRP (Mill.)
1		24,4
2		16,5
3		14,0
4		13,2
5		11,3
6		10,2
7		9,2
8		9,1
9		8,5
10		8,1

Fuente: Kantar Worldpanel

Top 10 marcas por CCAA

C. VALENCIANA		
# 2014	Marca	CRP (Mill.)
1		16,9
2		15,3
3		11,1
4		8,6
5		8,6
6		7,9
7		7,5
8		7,4
9		7,4
10		7,2

EXTREMADURA		
# 2014	Marca	CRP (Mill.)
1		4,2
2		3,6
3		2,1
4		1,8
5		1,7
6		1,6
7		1,6
8		1,6
9		1,5
10		1,4

GALICIA		
# 2014	Marca	CRP (Mill.)
1		10,4
2		9,3
3		8,7
4		8,0
5		7,4
6		6,2
7		5,6
8		5,0
9		4,6
10		4,5

ISLAS BALEARES		
# 2014	Marca	CRP (Mill.)
1		3,9
2		3,0
3		2,8
4		2,4
5		2,0
6		1,9
7		1,7
8		1,7
9		1,6
10		1,5









Fuente: Kantar Worldpanel

Top 10 marcas por CCAA

LA RIOJA		
# 2014	Marca	CRP (Mill.)
1		1,0
2		0,9
3		0,8
4		0,8
5		0,6
6		0,6
7		0,6
8		0,4
9		0,4
10		0,4

MURCIA		
# 2014	Marca	CRP (Mill.)
1		6,7
2		4,8
3		3,9
4		2,8
5		2,8
6		2,6
7		2,5
8		2,5
9		2,3
10		2,0

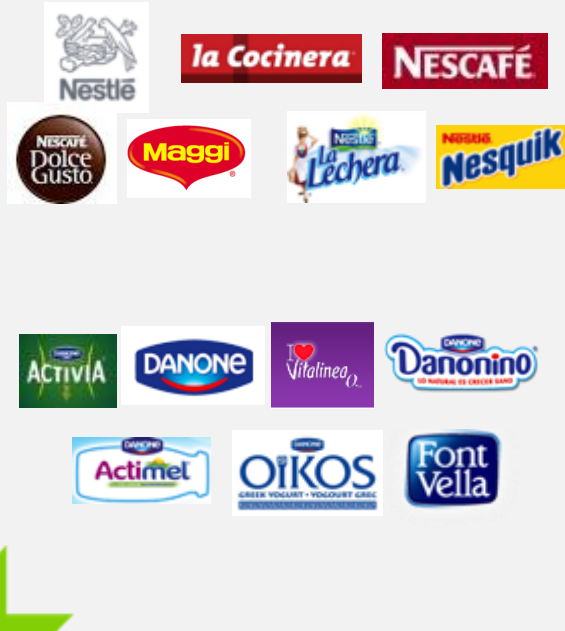
NAVARRA		
# 2014	Marca	CRP (Mill.)
1		1,8
2		1,7
3		1,2
4		1,1
5		1,1
6		0,9
7		0,9
8		0,9
9		0,9
10		0,8

PAÍS VASCO		
# 2014	Marca	CRP (Mill.)
1		8,3
2		6,4
3		5,9
4		5,1
5		5,0
6		4,5
7		4,1
8		3,9
9		3,8
10		3,5

Fuente: Kantar Worldpanel

Los fabricantes mejor representados

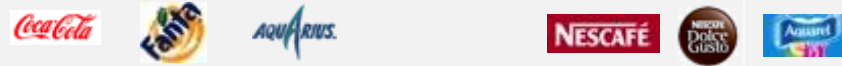
Nestlé y Danone
empatan con 7
marcas en el Top50



Danone en Alimentación



Coca Cola y Nestlé en Bebidas



Henkel en Droguería



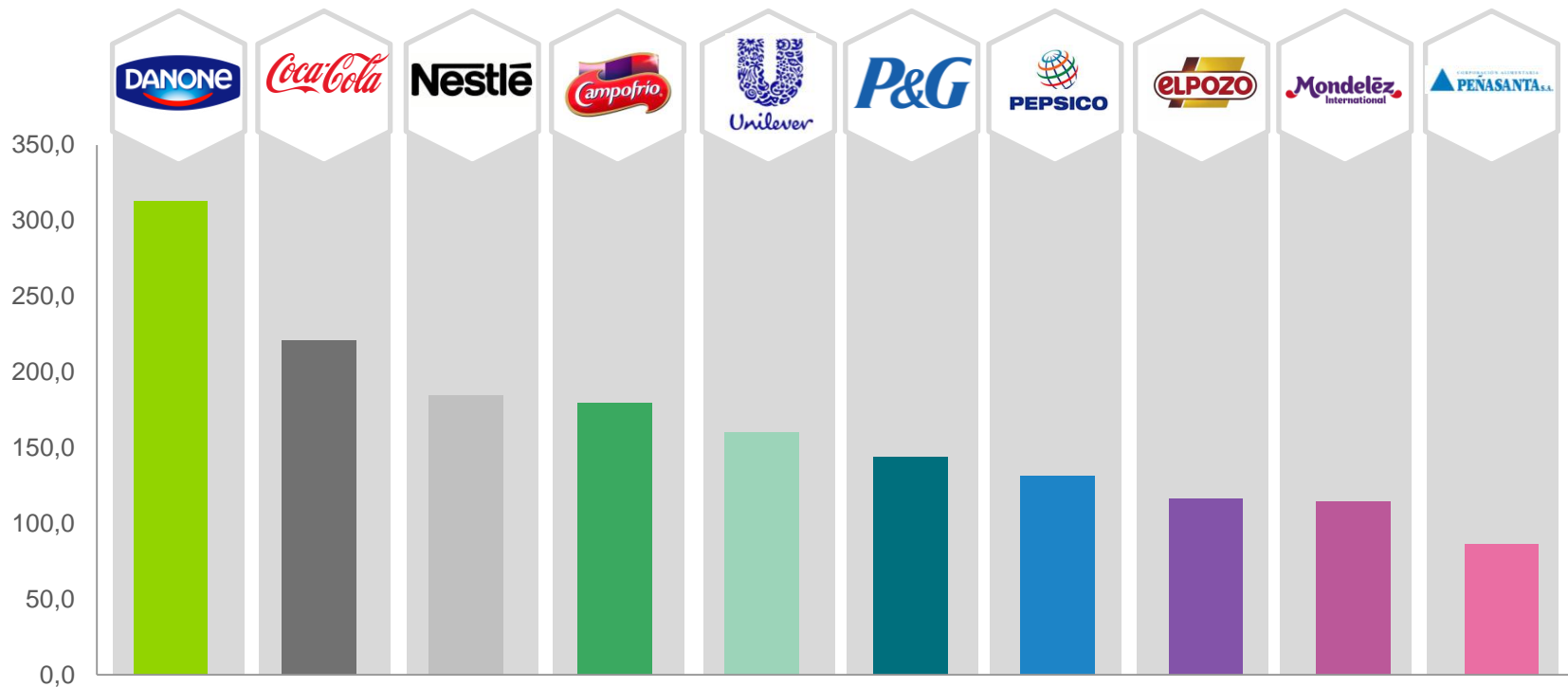
P&G en Perfumería



Fuente: Kantar Worldpanel

Danone es el fabricante líder en CRP en España

Ranking Fabricantes (en millones CRP)



Fuente: Kantar Worldpanel

Alimentación: El Pozo, Campofrío y Activia a la cabeza en alimentación

Top 20 Marcas Alimentación

# 2014	# 2013	Marca	CRP (Mill.)	%Pen.	Frec. Compra	% Ev. CRP
1	1		116,0	78,7	8,5	-1,1
2	2		108,5	74,9	8,4	-0,4
3	3		70,8	42,2	9,7	-9,1
4	5		70,3	51,2	8,0	1,2
5	4		68,3	72,1	5,5	-5,6
6	6		65,6	67,9	5,6	-0,9
7	7		55,8	53,7	6,0	-0,4
8	8		49,8	60,7	4,8	-3,1
9	9		48,8	57,7	4,8	-2,2
10	10		47,6	48,1	5,7	2,7

# 2014	# 2013	Marca	CRP (Mill.)	%Pen.	Frec. Compra	% Ev. CRP
11	11		44,0	42,0	6,1	-1,0
12	12		42,0	52,3	4,7	-4,5
13	16		33,0	30,4	6,3	8,4
14	13		31,7	45,5	4,0	-10,4
15	19		28,7	37,9	4,4	-0,9
16	21		28,0	41,4	3,9	1,5
17	23		27,8	42,1	3,8	7,8
18	27		27,6	26,8	6,0	12,2
19	15		27,1	23,4	6,7	-11,4
20	17		26,9	36,8	4,2	-7,9

Fuente: Kantar Worldpanel

Bebidas: Asturiana se coloca 3ª marca en bebidas y Amstel entra en el Top20

Top 20 Marcas Bebidas

# 2014	# 2013	Marca	CRP (Mill.)	%Pen.	Frec. Compra	% Ev. CRP
1	1		151,0	80,1	10,9	-3,5
2	2		78,5	60,7	7,5	27,0
3	4		49,0	33,1	8,6	-3,8
4	3		47,0	29,8	9,1	-13,7
5	5		37,0	43,2	5,0	-4,4
6	7		34,8	21,7	9,3	0,9
7	6		32,8	24,9	7,6	-6,9
8	11		23,3	27,4	4,9	3,9
9	9		23,1	33,7	4,0	-4,8
10	10		22,4	33,8	3,8	-7,1

# 2014	# 2013	Marca	CRP (Mill.)	%Pen.	Frec. Compra	% Ev. CRP
11	8		21,9	30,1	4,2	-12,8
12	15		21,0	15,0	8,1	21,2
13	14		19,8	26,1	4,4	0,9
14	13		19,5	22,9	4,9	-3,4
15	12		18,8	25,0	4,4	-11,6
16	17		16,5	16,6	5,8	-0,6
17	16		16,5	24,8	3,9	-4,0
18	18		14,8	20,2	4,3	-5,0
19	31		13,3	19,6	3,9	26,6
20	19		13,2	20,4	3,8	-4,7

Fuente: Kantar Worldpanel

Droguería: Ariel se cuele en el Top3 de droguería y Mistol entra en el top20

Top 20 Marcas Droguería

# 2014	# 2013	Marca	CRP (Mill.)	%Pen.	Frec. Compra	% Ev. CRP
1	1		27,2	54,5	2,9	2,4
2	2		13,6	28,0	2,8	-0,8
3	5		13,0	29,7	2,5	11,5
4	3		12,9	25,9	2,9	-0,5
5	4		12,0	22,2	3,1	-4,2
6	8		10,9	26,6	2,4	3,2
7	7		10,9	32,6	1,9	0,5
8	6		10,7	25,1	2,5	-6,0
9	9		9,5	21,6	2,6	-4,3
10	10		9,4	17,0	3,2	1,3



# 2014	# 2013	Marca	CRP (Mill.)	%Pen.	Frec. Compra	% Ev. CRP
11	12		7,2	14,2	2,9	5,7
12	11		7,0	25,5	1,6	-4,7
13	16		6,7	17,0	2,3	13,0
14	18		6,6	20,6	1,8	12,5
15	15		6,5	16,7	2,3	6,8
16	13		6,5	17,5	2,2	-3,2
17	19		5,9	17,2	2,0	2,4
18	21		5,6	12,8	2,6	-0,7
19	17		5,6	16,1	2,0	-6,3
20	20		5,4	22,1	1,4	-5,7

Fuente: Kantar Worldpanel

Perfumería: Nivea se coloca en el Top3 y OralB entra en el ranking de perfumería

Top 20 Marcas Perfumería

# 2014	# 2013	Marca	CRP (Mill.)	%Pen.	Frec. Compra	% Ev. CRP
1	1		22,9	45,4	2,9	2,6
2	2		18,5	30,3	3,5	-9,0
3	4		17,4	40,3	2,5	10,2
4	7		13,9	26,9	3,0	2,8
5	6		13,5	36,0	2,2	-2,2
6	3		13,4	15,7	4,9	16,2
7	5		13,1	29,1	2,6	-5,7
8	8		12,1	19,7	3,5	-4,6
9	9		11,5	27,9	2,4	-1,7
10	10		9,9	24,8	2,3	1,2

# 2014	# 2013	Marca	CRP (Mill.)	%Pen.	Frec. Compra	% Ev. CRP
11	11		9,3	25,2	2,1	-0,3
12	13		8,9	24,4	2,1	11,3
13	12		8,4	21,4	2,3	-0,8
14	15		7,6	18,3	2,4	-1,5
15	17		7,6	16,8	2,6	15,5
16	18		7,3	20,7	2,0	11,3
17	14		6,6	16,0	2,4	-14,4
18	19		6,3	19,5	1,9	3,8
19	35		6,0	16,9	2,1	68,7
20	16		6,0	15,3	2,3	-9,1

Fuente: Kantar Worldpanel

CONCLUSIONES

Coca Cola vuelve a ser la marca más elegida en el mundo

También lo es en España, junto con El Pozo y Campofrío

Don Simón es la marca que más crece y escala a la posición #4

Por Comunidades Autónomas liderazgo repartido entre Coca Cola, El Pozo, Campofrío y Asturiana

En sectores “No Alimentación”, Fairy lidera el ranking de droguería y Colgate el de perfumería

Danone es el fabricante líder, y empata en número de marcas con Nestlé

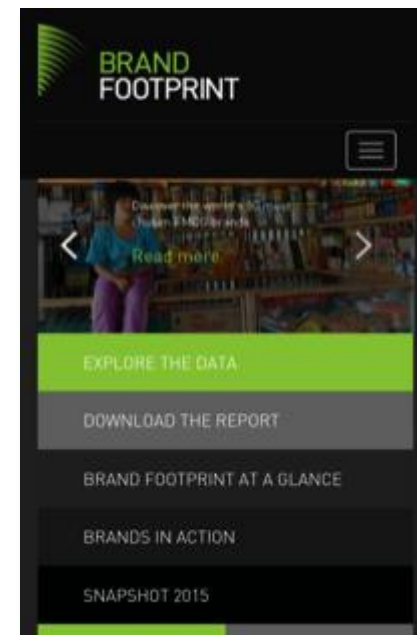
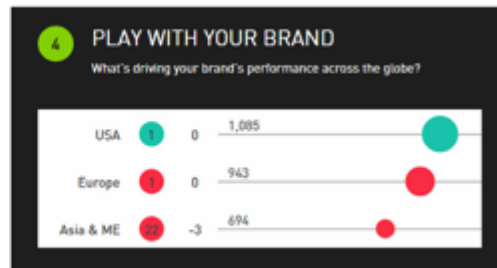
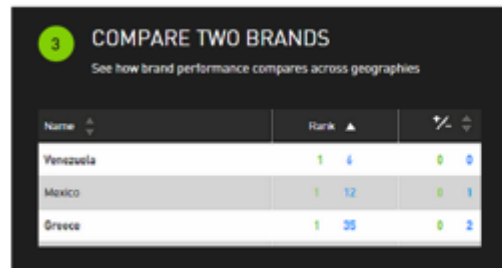
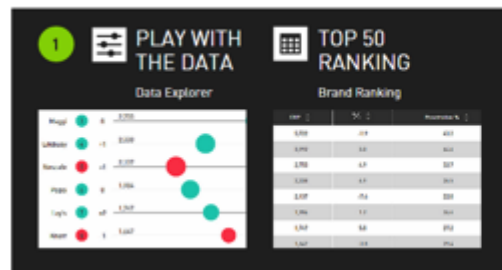
Kit de prensa:

<http://www.BrandFootprintES2015.kantarworldpanel.es>

Material adicional sobre Brand Footprint:

www.brandfootprint-ranking.com

INTERACTIVE DATA SNAPSHOT





BRAND FOOTPRINT 2015

LAS MARCAS DE GRAN CONSUMO MÁS ELEGIDAS EN EL MUNDO