

## Обзор рейтинга Brand Africa «Топ-100 самых популярных брендов в Африке» – 10 лет спустя Непростое десятилетие для африканских брендов

*Бренды являются одновременно активом и катализатором имиджа, репутации, ценности и конкурентоспособности компаний и, в конечном счете, стран их происхождения. Brand Africa 100 был разработан для исследования, ранжирования и определения того, какие бренды больше всего восхищают африканских потребителей. Эти рейтинги основаны на всестороннем опросе и анализе брендов в Африке.*

Когда в 2010 году впервые было проведено исследование на тему самых популярных в Африке торговых марок (Brand Africa 100: Africa's Best Brands ranking), **африканские бренды заняли в рейтинге 34 места из 100 возможных**. Однако с того времени многое изменилось, и на сегодняшний день их число существенно сократилось (полный рейтинг 2020 года представлен в конце данного обзора). Что позволит африканским торговым маркам конкурировать с мировыми гигантами, доминирующими на рынке? Основатель организации Brand Africa<sup>1</sup> Тэбе Икалафенг анализирует результаты исследования 2020 года и объясняет, что они означают.

На фоне развития африканского частного сектора многие ожидали появления новых и роста уже имеющихся африканских брендов. Бывший президент Африканского банка развития Дональд Каберука, занимавший этот пост с 2005 по 2015 гг., говорил, что **«африканский частный сектор готов стать движущей силой экономического роста в Африке»**.

В 2010 г. эксперты прогнозировали, что к 2020 г. рост африканской экономики **должен составить 6,2%**. Сейчас же существует риск того, что впервые за 25 лет экономики стран Африки **впадут в рецессию**. Как это отражается на африканских брендах? **Результаты исследования 2020 года демонстрируют продолжающееся сокращение представленных в рейтинге африканских брендов, которые в этом году составили всего лишь 13% от общего числа компаний**. Это чуть больше трети от аналогичных показателей 2010 года и является самым низким показателем за все время, потеряв 2% относительно результатов прошлого года. Компании из Азии (16%), Европы (42%) и Северной Америки (29%), наоборот, сумели укрепить свои позиции.

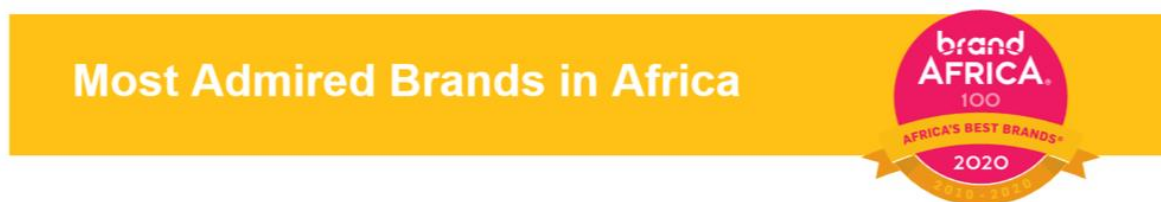
В целом, из 100 самых популярных в Африке торговых марок, представленных в первом рейтинге 2010/2011 гг., в сегодняшнем списке осталась только половина, что связано, в том числе с объединением или приобретением тех или иных компаний. Наиболее заметные изменения

<sup>1</sup> Brand Africa – это независимая некоммерческая организация, зарегистрированная в Южно-Африканской Республике.

произошли в категории технологий: прекращение производства и продажи смартфонов марки BlackBerry (32 место в 2010/2011 гг.), укрепление позиций компании Vodafone (54 место в 2010/2011 гг. и 13 место в 2020 г.), которая в 2008 г. приобрела компанию Vodacom, а в 2011 г. произвела ее ребрендинг; Etisalat (40 место в 2010/2011 гг.) в 2017 г. в результате ребрендинга стал называться в Нигерии 9mobile; Motorola (39 место в 2010/2011 гг.) была приобретена компанией Lenovo в 2014 г. Также можно наблюдать рост китайского бренда Тесла, который за 10 лет стремительно поднялся с 33 на 5 место данного рейтинга.

## Беспорный лидер

**Американский спортивный бренд Nike уже третий год подряд возглавляет рейтинг самых популярных брендов в Африке**, тогда как 10 лет назад занимал только 9 место. Таких результатов компании удалось достичь благодаря сотрудничеству с африканскими спортсменами, в том числе с атлетом из Кении Элиудом Кипчоге, а также с дизайнером из Южной Африки Поппи Карабо и музыкантом из Нигерии Wizkid. Кроме того, Nike является спонсором национальных футбольных команд из Нигерии и ЮАР.



Rank	Brand	Category	Country of Origin	Change
1		Sport and Fitness		-
2		Sport and Fitness		-
3		Electronics/Computers		-
4		Non-alcoholic Beverages		-
5		Technology		-
6		Electronics/Computers		+1
7		Telecom Provider		+1
8		Sport and Fitness		-2
9		Luxury		-
10		Telecom Provider		+3

## Африканский или не африканский бренд?

Преобладание в рейтинге не африканских брендов очевидно. Однако в рамках данного исследования некоторые не африканские торговые марки воспринимаются как африканские. Например, компания Coca-Cola (2 место в 2011 г. и 4 место в 2020 г.) возглавляет список таких брендов. Компания представлена на континенте уже почти 100 лет и благодаря инновационным подходам, адаптированным под африканские рынки, успешно распространяет свою продукцию по всему континенту, сумев в некоторой степени «африканизироваться». Помимо **Coca-Cola**, к таким брендам можно также отнести нидерландского производителя восковых тканей **Vlisco**, ирландского производителя пива **Guinness**, продукцию которого в Африке потребляет больше людей, чем в Ирландии, а также компании **Vodafone** и **Airtel**.

Возглавляющие рейтинг компании объединяет **глубокое понимание местных особенностей, адаптация продукта под целевой рынок** той или иной страны континента, а также **огромные финансовые возможности**. В результате, они сумели выстроить близкие взаимоотношения с африканским потребителем.

## Африканцы отдают предпочтение не африканским брендам

Из 27 рассмотренных в ходе исследования стран, на которые приходится более 85% населения и ВВП Африки, только в Зимбабве («Econet»), Замбии («Trade Kings») и Танзании («Azam») **местные бренды заняли первые места**. В Либерии первое место заняла компания MTN, также являющаяся африканским брендом, но из другой страны (ЮАР). **Во всех остальных странах рейтинг возглавили торговые марки не африканского происхождения: Nike (первое место в 11 из 27 стран), Samsung (4/27), Coca-Cola (3/27), Adidas (2/27), а также Tecno (1/27), Orange (1/27) и Airtel (1/27).**

Ведущие африканские бренды, такие как Dangote (Нигерия), Safaricom (Кения) и MTN (ЮАР) не сумели возглавить рейтинг даже в своих странах. Что касается Северной Африки, 10 самых популярных брендов в Египте и Марокко также не африканского происхождения.

## Ведущие компании в категории финансов

В 2020 году GTBank вернул себе первую строчку в отдельном рейтинге брендов, осуществляющих свою деятельность в финансовой сфере. Филиалы банка находятся в Кот-д'Ивуаре, Гамбии, Гане, Кении, Либерии, Нигерии, Руанде, Сьерра-Леоне, Танзании, Уганде и Великобритании.

## Most Admired Finance Brands

2020 Rank	2019 Rank	Brand	Country Of Origin	Change
1	6	GTB	Nigeria	+5
2	new	First Bank	Nigeria	n/a
3	1	Ecobank	Togo	-2
4	7	UBA	Nigeria	+3
5	3	ABSA	South Africa	-2
6	2	First National Bank (FNB)	South Africa	-4
7	5	Standard Bank/Stanbic	South Africa	-2
8	9	Access Bank (Diamond)	Nigeria	+1
9	4	Bank of Africa (BOA)	Mali	-5
10	15	Zenith	Nigeria	+5
11	new	Equity Bank	Kenya	n/a
12	8	KCB	Kenya	-4
13	11	Western Union	USA	-2
14	20	Société Générale	France	+6
15	new	Paypal	USA	n/a
16	12	Old Mutual	South Africa	-4
17	13	Mpesa	Kenya	-4
18	22	VISA	USA	+4
19	19	MTN Mobile Money	South Africa	-
20	14	Standard Chartered Bank	UK	-6
21	17	Fidelity Bank	Nigeria	-4
22	new	Axa	France	n/a
23	18	Orange Money	France	-5
24	16	Nedbank	South Africa	-8
25	new	Outsurance	South Africa	n/a

Примечательно, что из всех компаний, занявших в прошлом году первые 5 строчек в этом рейтинге, только Ecobank и Absa сумели остаться в топ-5, потеряв при этом прошлогодние позиции. **В данной категории преобладают африканские компании**, а международные бренды представлены незначительно. Ожидается, что в ближайшее время **высокие позиции в рейтинге могут занять организации, предоставляющие услуги мобильных денег.**

### Где африканские медиаресурсы?

В рамках исследования был также составлен отдельный рейтинг, где представлены наиболее популярные в Африке медиаресурсы. Здесь список возглавляют BBC, CNN и Al Jazeera, тогда как африканские компании занимают всего лишь 7 из 25 мест.

### Most Admired Media Brands

2020	2019	Brand	Country Of Origin	Change
1	1	BBC	UK	-
2	2	DStv	South Africa	-
3	3	CNN	USA	-
4	4	Al Jazeera	Qatar	-
5	n/a	ITV	UK	n/a
6	n/a	MTN	South Africa	n/a
7	n/a	Canal+	France	n/a
8	5	RFI	France	-3
9	n/a	Azam TV	Tanzania	n/a
10	n/a	Netflix	USA	n/a
11	n/a	MTV	USA	n/a
12	n/a	Facebook	USA	n/a
13	6	SABC	South Africa	n/a
14	n/a	RTI	Ivory Coast	n/a
15	n/a	France24	France	n/a
16	n/a	Vodafone Group	UK	n/a
17	n/a	Airtel	India	n/a
18	n/a	Trace Africa	France	n/a
19	n/a	etv	South Africa	n/a
20	n/a	Youtube	USA	n/a
21	n/a	Sky News	UK	n/a
22	n/a	Star Times	China	n/a
23	n/a	Fox	USA	n/a
24	n/a	Google	USA	n/a
25	n/a	Instagram	USA	n/a


Основное изменение произошло в нетрадиционных медиаресурсах. **Стриминговый гигант Netflix расположился в данном рейтинге на 10 месте**, опередив такие информационные ресурсы, как SABC, France24 и Sky News. **12 строчку рейтинга заняла социальная сеть Facebook**, которая также оказалась выше таких компаний, как Sky News (21 место), France24 (15 место) и Fox (23 место).

Такие нетрадиционные для данного сектора игроки, как **YouTube (20 место)**, **Google (24 место)** и **Instagram (25 место)** продолжают укреплять свои позиции в качестве предпочтительных источников информации для африканского потребителя.























## Только африканские бренды

Что касается отдельного рейтинга с наиболее популярными африканскими брендами, то здесь представлены компании из Южной, Восточной и Западной Африки. Для сравнения, Восточная Африка увеличила представительство своих компаний в рейтинге с 4% до 36%. Аналогичный показатель в Западной Африке равен 28%, а в Южной Африке – 36%. Ключевым источником роста для Восточной Африки стал танзанийский конгломерат **Azam**.



**Most Admired African Brands (Prompted Recall)**

Rank	Brand	Category	Country of Origin	Change
1	 DANGOTE	Consumer Non-Cyclical		-
2	 MTN	Telecom Provider		-
3	 DStv	Media		1
4	 A.T.M.	Apparel		-1
5	 azam	Consumer Non-Cyclical		+13
6	 glo	Telecom Provider		+2
7	 Ethiopian የኢትዮጵያ ማህተም	Aviation		+14
8	 vodacom	Telecom Provider		n/a
9	 SHOPRITE	Retail		-2
10	 IVM	Auto Manufacturer		n/a

**Эфиопские авиалинии** продолжают развивать свой бренд, переместившись с 21-го на 7-е место. Увеличение доли рынка за счет **расширения авиапарка и запуска новых маршрутов, а также амбициозная стратегия роста превратили ее в одну из наиболее успешных африканских компаний.**

Зимбабвийская компания **Econet** потеряла 8 позиций и опустилась на 13 место. В 2019 г. компания закрыла свое подразделение африканского платного телевидения Kwesé. Однако компания укрепит свои позиции, если сумеет приобрести лицензию на **телекоммуникации в Эфиопии, которая открывает этот сектор для иностранных компаний.**

Компания **Jumia**, прозванная африканским **Amazon**, опустилась в рассматриваемом рейтинге с 13 на 18 место. Перед Jumia и многими другими брендами, осуществляющими электронную торговлю в Африке, стоит непростая задача, учитывая интерес, который проявляют к африканским рынкам **Alibaba** (92 место в общем рейтинге) и **Amazon** (56 место в общем рейтинге). Джек Ма, основатель компании Alibaba, запустил в прошлом году программу **Africa Netpreneur Prize**, целью которой является поддержка молодого поколения африканских предпринимателей.

Одной из компаний, которая пытается стать центром по производству двигателей, является нигерийский **Innoson** (10 место). Амбициозным планом компании является **прекращение использования в Африке иностранных автомобилей**. Innoson производит автомобили и мотоциклы в промышленном центре Нигерии – штате Анамбра. Однако, несмотря на все это, в общем рейтинге представлены только не африканские автомобильные гиганты, такие как **Toyota (11), Mercedes Benz (19) и BMW (40)**.

### Победители и проигравшие

Одной из наиболее успешных компаний, представленных в общем рейтинге этого года, стала **Indomie**, расположившаяся на 34 месте. Эта индонезийская компания пришла на нигерийский рынок более 30 лет назад и сумела превратить лапшу быстрого приготовления в основной продукт питания в Нигерии. **Indomie контролирует 74% рынка и настолько популярна в Нигерии, что Министр торговли Индонезии Энггартиасто Лукита отметил, что большинство нигерийцев допускают распространению ошибку, считая, что Indomie – это местный продукт.** Для большинства нигерийцев любая лапша – это Indomie.

Другой успешной компанией, представленной в рейтинге этого года, стала **Vlisco**, поднявшаяся на 50 позиций и занимающая 45 место. **Vlisco, возможно, является главным брендом, представляющим африканскую моду.** Успех компании привлек внимание и стал источником вдохновения для некоторых мировых брендов. Можно сказать, что мировая индустрия моды помогла африканскому стилю приобрести глобальные масштабы. Например, Louis Vuitton запустила линию Basotho Blanket, а Christian Louboutin – коллекцию сумок Africaba с африканскими рисунками Ankara. Среди упомянутых респондентами брендов были также мозамбикская Capulana, ганская Kente и замбийская Kitenge.

**Наиболее сильно в рейтинге поднялась французская молочная компания Danone**, переместившаяся на 60 позиций и занимающая 30 место. Однако у компании, которая отпраздновала столетие в прошлом году, не все было гладко на африканском рынке. В 2018 г. в Марокко, главном рынке для

французской компании, товарам корпорации Danone был объявлен бойкот местными потребителями. Однако после нескольких сессий, направленных на взаимодействие с населением, а также общенациональной просветительской кампании, ей удалось вернуть ценность своего бренда.

Значительное падение относительно рейтинга десятилетней давности наблюдается у бренда **Dolce & Gabbana**, который в этом году потерял 40 позиций, опустившись с 58 на 98 место. В исследовании YouGov, проведенном в США в феврале 2020 г., компания Dolce & Gabbana оказалась наименее популярным люксовым брендом в рейтинге. Падение популярности бренда в США, видимо, имеет место и в Африке.

Другой бренд, который потерял 32 позиции и опустился на 99 место – турецкий **LC Waikiki**. Более высокие позиции компании в рейтинге прошлого года совпали с проводимой кампанией по расширению своего присутствия в Кении и ЮАР. Возможно, что позиция в рейтинге этого года отражает объективное положение дел.

## Заключение

Несмотря на многообещающее начало десятилетия и динамично развивающееся предпринимательство, борьба за африканского потребителя между компаниями до сих пор разворачивается преимущественно за пределами, а не внутри африканского континента. В чем Африка не испытывает недостатка, так это в энтузиазме и идеях, но для их реализации требуются значительные финансовые вложения и государственная поддержка. Без сомнения, **Африканская континентальная зона свободной торговли** поможет африканским брендам выйти на новые рынки, а отсутствие препятствий для передвижения между странами при наличии паспорта Африканского союза позволит африканцам открывать для себя новые бренды, путешествуя по континенту. Следующее десятилетие не должно стать очередным многообещающим периодом для «подъема Африки» или «Африканского возрождения». Время Африки – сейчас.



## Top 3 Most Admired Brands By Category

Category	Brand	Country of origin
Alcoholic Beverages	Guinness	Ireland
	Star Beer	Nigeria
	Tusker	Kenya
Apparel Retailer	Zara	Spain
	H&M	Sweden
	LC Waikiki	Turkey
Auto Manufacturers	Toyota	Japan
	Mercedes Benz	Germany
	BMW	Germany
Consumer, Non-Cyclical	Nestle	Switzerland
	Dangote	Nigeria
	Unilever	UK
Electronics / Computers	Samsung	South Korea
	Tecno	China
	Apple	USA
Food	Indomie	Indonesia
	KFC	USA
	McDonalds	USA
Luxury	Gucci	Italy
	Louis Vuitton	France
	Chanel	France
Non-alcoholic Beverages	Coca Cola	USA
	Pepsi	USA
	Fanta	USA
Technology	Google	USA
	Microsoft	USA
	Facebook	USA
Telecom Provider	MTN	South Africa
	Airtel	India
	Vodafone Group	UK

## **Методология исследования**

*«100 африканских брендов» (the Brand Africa 100) – это исследование, целью которого является определить наиболее популярные бренды на Африканском континенте. Исследование проведено в 27 странах Африки, на которые приходится 80% населения и ВВП континента.*

*Сбор данных был осуществлен компанией Geopoll ([www.geopoll.com](http://www.geopoll.com)), являющейся ведущей платформой для проведения дистанционных мобильных исследований в странах Африки, Азии и Латинской Америки; комплексный анализ был проведен исследовательской компанией Kantar ([www.kantar.com](http://www.kantar.com)).*

*С 2015 года основная часть сбора данных осуществляется с помощью мобильной платформы для сбора данных GeoPoll, а не методом личных бесед. Благодаря широкому распространению мобильных телефонов в Африке, которые используются не только в качестве основного способа коммуникации, но все чаще для осуществления потребительских сделок, мобильное интервьюирование оказалось наиболее эффективным способом взаимодействия с африканским потребителем. Проведение интервью с помощью мобильных устройств обеспечило более широкий охват и целесообразность проведения исследований по всему континенту.*

*Людям в возрасте от 18 лет и старше в странах выборки было предложено сообщить о своих трех самых популярных брендах, независимо от страны происхождения или юридического адреса компаний.*

*Респондентам было также предложено назвать по три наиболее популярных бренда в категориях медиаресурсов и финансовых услуг. Кроме того, поскольку исследование ориентировано на Африканский континент, а также учитывая все возрастающее количество африканских брендов, начиная с 2017/2018 гг. формируется специальный рейтинг, направленный на выявление наиболее популярных африканских брендов.*

*Используя полученные данные, в компании Kantar высчитали балл для каждого бренда и создали коэффициент, учитывающий выборку стран, численность населения каждого государства, а также гендерную принадлежность респондентов.*

*Полученные результаты были дополнительно проанализированы, чтобы убедиться в том, что нет повторений и отсутствуют общие категории, то есть представлены конкретные названия того или иного бренда. В тех случаях, когда компания работала под разными названиями на разных рынках, например, Stanbic/Standard Bank или Vodacom/Vodafone/Safaricom, а также те торговые марки, которые являются частями одной компании, например, iPod, iPhone и iPad, результаты были объединены в рамках главного бренда.*

*При формировании отдельного рейтинга с наиболее популярными африканскими брендами компании, в которых преобладает африканский собственный капитал или идентичность которых обусловлена африканским происхождением, например, Safaricom, M-Pesa и Tusker из Кении или Castle из ЮАР, независимо от собственности или доли участия признавались африканскими.*

*Чтобы попасть в рейтинг, в ходе опроса компании должны были быть упомянуты по крайней мере в одном государстве, помимо страны, в которой они зарегистрированы.*

*Учитывая фрагментацию и быстрый рост местных средств массовой информации, отдельный рейтинг медиаресурсов основан исключительно на межафриканских средствах массовой информации, охватывающих значительное число стран континента.*

**Ссылка на исследование на английском языке:**

<https://africanbusinessmagazine.com/top-african-brands/africas-top-100-brands-2020/>

[https://mcusercontent.com/82a1c769b4c9e47f2566f4d40/files/3ab35176-2d96-40f8-ae2a-6f7020e0c7b3/AB0620\\_brands\\_1\\_.pdf](https://mcusercontent.com/82a1c769b4c9e47f2566f4d40/files/3ab35176-2d96-40f8-ae2a-6f7020e0c7b3/AB0620_brands_1_.pdf)

2020 Rank	2019 Rank	Brand	Category	Country of origin	Change
1	1	Nike	Sport and Fitness	USA	0
2	2	Adidas	Sport and Fitness	Germany	0
3	3	Samsung	Electronics / Computers	South Korea	0
4	4	Coca Cola	Non-alcoholic Beverages	USA	0
5	5	Tecno	Electronics / Computers	China	0
6	7	Apple	Electronics / Computers	USA	1
7	8	MTN	Telecom Provider	South Africa	1
8	6	Puma	Sport and Fitness	Germany	-2
9	9	Gucci	Luxury	Italy	0
10	13	Airtel	Telecom Provider	India	3
11	11	Toyota	Auto Manufacturers	Japan	0
12	10	LG	Electronics / Computers	South Korea	-2
13	14	Vodafone Group	Telecom Provider	UK	1
14	19	Nestlé	Consumer, Non-Cyclical	Switzerland	5
15	25	Dangote	Consumer, Non-Cyclical	Nigeria	10
16	21	Zara	Apparel Retailer	Spain	5
17	24	Unilever	Consumer, Non-Cyclical	UK	7
18	16	Pepsi	Non-alcoholic Beverages	USA	-2
19	20	Mercedes Benz	Auto Manufacturers	Germany	1
20	15	Nokia	Electronics / Computers	Finland	-5
21	17	Itel Mobile	Electronics / Computers	China	-4
22	22	Orange	Telecom Provider	France	0
23	23	Sony	Electronics / Computers	Japan	0
24	18	Huawei	Electronics / Computers	China	-6
25	27	Google	Technology	USA	2
26	12	Anbessa	Apparel	Ethiopia	-14
27	26	Infinix Mobile	Electronics / Computers	China	-1
28	30	Glo	Telecom Provider	Nigeria	2
29	46	Louis Vuitton	Luxury	France	17
30	90	Danone	Consumer, Non-Cyclical	France	60
31	43	Chanel	Luxury	France	12
32	34	Hewlett-Packard/HP	Electronics / Computers	USA	2
33	40	H&M	Apparel Retailer	Sweden	7
34	75	Indomie	Food	Indonesia	41
35	49	FILA	Sport and Fitness	Italy	14
36	45	DSTV	Media	South Africa	9
37	50	Nivea	Personal Care	Germany	13
38	44	Blue Band Margarine	Consumer, Non-Cyclical	UK	6
39	59	Microsoft	Technology	USA	20
40	28	BMW	Auto Manufacturers	Germany	-12
41	37	Lacoste	Luxury	France	-4
42	42	Versace	Luxury	Italy	0
43	29	Fanta	Non-alcoholic Beverages	USA	-14
44	33	Polo	Apparel	USA	-11
45	95	Vlisco	Apparel	Netherlands	50
46	62	Nasco	Consumer, Non-Cyclical	Nigeria	16
47	92	Tigo	Telecom Provider	Luxemburg	45
48	77	Converse All Star	Apparel	USA	29
49	73	OMO	Consumer, Non-Cyclical	UK	24
50	52	Shoprite	Retail	South Africa	2

2020 Rank	2019 Rank	Brand	Category	Country of Origin	Change
51	53	KFC	Food	USA	2
52	38	Auchan	Retail	France	-14
53	66	PZ Cussons	Consumer, Non-Cyclical	UK	13
54	51	Facebook	Technology	USA	-3
55	new	Ford	Auto Manufacturers	USA	n/a
56	new	Amazon	Technology	USA	n/a
57	32	Guinness	Alcoholic Beverages	Ireland	-25
58	55	Honda	Auto Manufacturers	Japan	-3
59	58	Colgate	Personal Care	USA	-1
60	54	Star Beer	Alcoholic Beverages	Nigeria	-6
61	47	Tiger Brands	Consumer, Non-Cyclical	South Africa	-14
62	57	Dell	Electronics / Computers	USA	-5
63	35	Vans	Apparel	USA	-28
64	36	Toshiba	Electronics / Computers	Japan	-28
65	74	Jumia	Technology	Nigeria	9
66	new	Christian Dior	Luxury	France	n/a
67	86	McDonalds	Food	USA	19
68	83	Always	Personal Care	USA	15
69	39	Reebok	Sport and Fitness	Germany	-30
70	99	Sunlight	Consumer, Non-Cyclical	UK	29
71	87	Close-Up	Personal Care	UK	16
72	new	Cadbury	Food	UK	n/a
73	69	Tusker	Alcoholic Beverages	Kenya	-4
74	61	Calvin Klein	Apparel	USA	-13
75	new	Guess	Apparel	USA	n/a
76	new	Oral B	Personal Care	USA	n/a
77	80	Mirinda	Non-alcoholic Beverages	USA	3
78	new	Philips	Electronics / Computers	Netherlands	n/a
79	89	Victoria Secret	Luxury	USA	10
80	71	Levi's	Apparel	USA	9
81	new	Prada	Luxury	Italy	n/a
82	new	Clover	Food	South Africa	n/a
83	new	Volkswagen	Auto Manufacturers	Germany	n/a
84	56	Audi	Auto Manufacturers	Germany	-28
85	new	Sharp	Electronics / Computers	Japan	n/a
86	new	BATA	Apparel	Switzerland	n/a
87	65	Lipton Tea	Consumer, Non-Cyclical	UK	-22
88	new	7 UP	Non-alcoholic Beverages	USA	n/a
89	new	Dettol	Consumer, Non-Cyclical	UK	n/a
90	new	Maltina	Non-alcoholic Beverages	Nigeria	n/a
91	96	Ariel	Consumer, Non-Cyclical	USA	5
92	new	Alibaba	Technology	China	n/a
93	new	Jeep	Auto Manufacturers	USA	n/a
94	70	Nissan	Auto Manufacturers	Japan	-24
95	new	Milo	Consumer, Non-Cyclical	Switzerland	n/a
96	72	Hisense	Electronics / Computers	China	-24
97	97	Ferrari	Auto Manufacturers	Italy	0
98	60	Dolce & Gabbana	Luxury	Italy	-38
99	67	LC Waikiki	Apparel Retailer	Turkey	-32
100	78	Sprite	Non-alcoholic Beverages	USA	-22