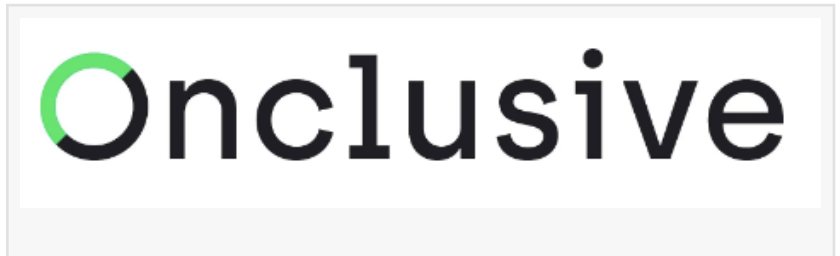


YouTUBE, Amazon, Google, Meta et Tesla dominant le classement Onclusive Brand Influence Index 2025

YouTUBE, Amazon, Google, Meta, Tesla, Apple, Walmart, Microsoft, McDonald's et Nvidia en tête du Classement Onclusive Brand Influence Index 2025



COURBEVOIE, FRANCE, FRANCE, April 2, 2025 /EINPresswire.com/ -- Onclusive

dévoile l'édition 2025 de son Brand Influence Index - DEI & développement durable, qui analyse la visibilité et l'impact médiatique des grandes marques.

Cette année, YouTube domine le classement, suivi de près par Amazon, Google, Facebook (Meta), Tesla, Apple, Walmart, Microsoft, McDonald's et Nvidia. Ces marques s'imposent comme les plus influentes grâce à leur innovation, leur puissance marketing et leur forte présence dans l'actualité.

YouTUBE : la plateforme incontournable de l'influence

YouTUBE arrive en tête du classement grâce à son rôle central dans la consommation de contenu vidéo et son impact sur l'économie des créateurs. Sa capacité à façonner les tendances culturelles et son omniprésence dans les médias lui confèrent une influence inégalée.

Amazon et Google : des géants toujours au sommet

Amazon, leader du e-commerce, continue de s'imposer grâce à son expansion dans l'intelligence artificielle et la logistique. Le géant du e-commerce bénéficie d'une couverture médiatique exceptionnelle, avec plus de 140 000 mentions en un an.

Google, de son côté, reste un acteur clé dans les discussions sur la régulation des données et l'évolution des moteurs de recherche.

En matière de développement durable, Google est reconnu pour ses engagements ambitieux. Neutre en carbone depuis 2007, l'entreprise vise à fonctionner avec une énergie 100 % décarbonée, 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, dans l'ensemble de ses centres de données et bureaux d'ici 2025. Toutefois, des inquiétudes persistent quant à la consommation énergétique globale de ses services cloud et de ses technologies d'intelligence artificielle. Son objectif de neutralité carbone totale d'ici 2030 représente un défi de taille, nécessitant un équilibre

complexe entre la variabilité de la demande énergétique et l'approvisionnement constant en énergies renouvelables.

Facebook (Meta) et Tesla : des marques au cœur des transformations technologiques
Meta, anciennement Facebook, reste incontournable dans l'univers numérique avec ses avancées dans le métavers et l'intelligence artificielle.

Tesla, sous l'impulsion d'Elon Musk, marque les esprits avec ses innovations dans la mobilité électrique et l'IA. Les CEO influencent fortement la perception de leur entreprise grâce à leur marque personnelle et leur présence sur les réseaux sociaux. Elon Musk (Tesla) et Mark Zuckerberg (Meta) figurent parmi les plus influents, Musk étant le PDG le plus mentionné dans le classement.

Apple et Microsoft : les piliers de la tech mondiale

Apple et Microsoft conservent leur place parmi les marques les plus influentes grâce à leurs avancées dans l'IA, le cloud computing et les produits grand public. Leur capacité à innover continuellement renforce leur présence médiatique.

Avec un score DEI de 89/100, Apple se distingue par son engagement fort en faveur de l'inclusion, malgré les déclarations de son PDG, Tim Cook, reconnaissant d'éventuels ajustements de politique sous la pression de l'évolution du cadre légal et politique.

Walmart et McDonald's : des mastodontes toujours influents

Walmart, géant de la distribution, reste un acteur clé grâce à son adaptation aux nouvelles habitudes de consommation. McDonald's, de son côté, maintient son influence grâce à des campagnes marketing percutantes et des engagements en matière de développement durable.

Nvidia : l'ascension du leader des semi-conducteurs

Nvidia, spécialiste des processeurs graphiques et de l'intelligence artificielle, s'impose comme une marque technologique incontournable. Son rôle dans l'essor du gaming, du cloud computing et de l'IA le propulse dans le Top 10.

Les entreprises technologiques américaines dominent le classement mondial de l'influence, avec 7 des 10 premières marques issues de ce secteur. L'étude met ainsi en évidence l'ascension continue des marques technologiques et digitales. Leur capacité à innover et à capter l'attention des médias leur permet de s'imposer comme des références mondiales.

Pour découvrir l'intégralité du classement, consultez le rapport complet qui détaille les performances des marques mondiales et françaises, ainsi que leur positionnement par région. Téléchargez-le ici : <https://hubs.ly/Q03f3t1L0>

À propos de l'étude Onclusive

L'Onclusive Brand Influence Index 2025 analyse l'influence médiatique de 50 grandes marques

mondiales en évaluant leur visibilité dans les médias traditionnels et sociaux. L'étude repose sur trois scores : l'influence médiatique globale, l'impact des initiatives DEI et l'impact des engagements en durabilité. Ces scores sont calculés en fonction du volume de mentions, de la tonalité des articles et de l'audience touchée sur une période de 12 mois.

À propos d'Onclusive

Onclusive est un leader mondial des technologies et services d'intelligence média, dédié à soutenir les professionnels du marketing et de la communication. Grâce à des innovations de pointe, une expertise humaine et une couverture médiatique inégalée, nous offrons des solutions complètes permettant à nos clients de prendre des décisions rapides, précises et fondées sur les données pour leurs stratégies de communication et de marketing.

Pour en savoir plus, visitez www.onclusive.com

Sabrina Russo

ComCorp

+33 6 82 92 94 45

srusso@comcorp.fr

Visit us on social media:

[Facebook](#)

[X](#)

[LinkedIn](#)

This press release can be viewed online at: <https://www.einpresswire.com/article/799371714>

EIN Presswire's priority is source transparency. We do not allow opaque clients, and our editors try to be careful about weeding out false and misleading content. As a user, if you see something we have missed, please do bring it to our attention. Your help is welcome. EIN Presswire, Everyone's Internet News Presswire™, tries to define some of the boundaries that are reasonable in today's world. Please see our Editorial Guidelines for more information.

© 1995-2025 Newsmatics Inc. All Right Reserved.