

# Brand Footprint España 2016

Las marcas de Gran Consumo  
más elegidas



# Brand Footprint en cifras

## Un nuevo continente y 9 países más



**300**

**mil millones**  
DECISIONES DE  
COMPRA

**15.000**

MARCAS

**200**

MERCADOS  
DE GRAN  
CONSUMO

**44**

PAÍSES

**5**

CONTINENTES

# Brand Footprint

El mayor estudio de marcas de Gran Consumo basado en compras reales



**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)*

# Contactos con el consumidor

## Cuántas veces se compra una marca



### POBLACIÓN

#### UNIVERSO

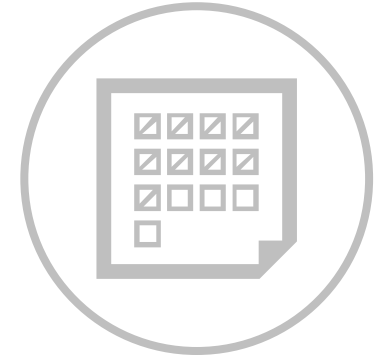
Número de hogares del país



### CUÁNTOS

#### PENETRACIÓN

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



### CADA CUÁNTO

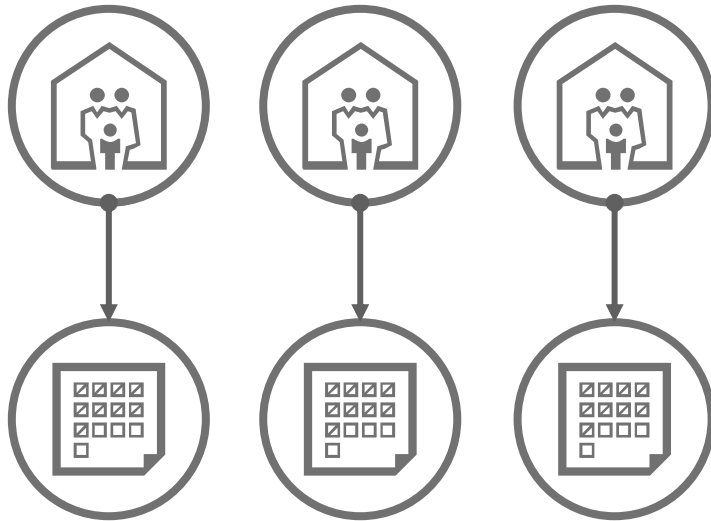
#### FRECUENCIA

Número de veces que cada hogar compra la marca anualmente

# Contactos con el consumidor

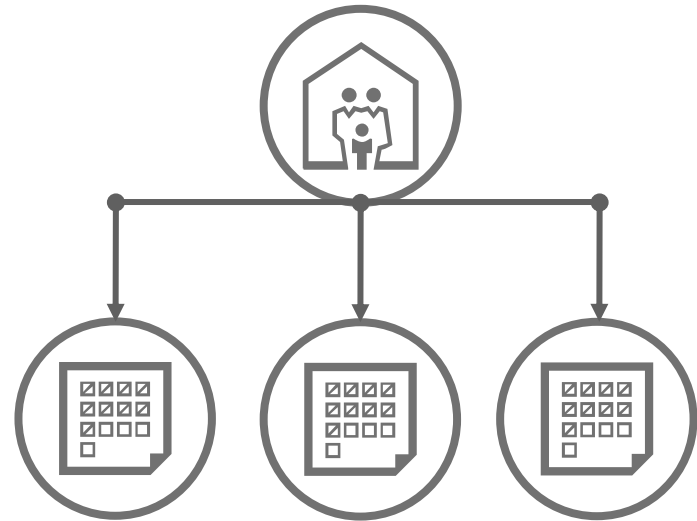
¿Qué marcas entran el ranking Brand Footprint?

**Marcas que compran muchos hogares**



**3 CRP**

**Marcas que se compran muy a menudo**



**3 CRP**

# Brand Footprint España

## Perímetro de estudio

- ✓ **Península y Baleares**
- ✓ **Compras realizadas para el hogar entre Noviembre 2014 y Octubre 2015**
- ✓ **Sectores:**
  - Alimentación (incluye Frescos)
  - Bebidas
  - Droguería
  - Perfumería familiar
  - Productos infantiles
- ✓ **Marcas de fabricante**
- ✓ **Definición de Marca desde la óptica del consumidor**

# Brand Footprint en el mundo



# Globalmente, Coca Cola sigue siendo la marca más elegida

Rank 2015	Rank 2014	Rank Change	Brand Name	Manufacturer	Consumer Reach Points (m)	Penetration% 2015	Frequency 2015
1	1	=		The Coca-Cola Company	6,284	45.8	13.5
2	2	=		Colgate-Palmolive Company	4,251	67.7	6.2
3	4	↑		Unilever	2,585	30.3	8.4
4	3	↓		Nestlé	2,412	33.8	7.0
5	7	↑		PepsiCo	2,198	30.5	7.1
6	5	↓		PepsiCo	2,164	25.3	8.4
7	6	↓		Nestlé	2,047	22.2	9.1
8	9	↑		Indofood	1,898	5.0	37.2
9	8	↓		Unilever	1,859	31.4	5.8
10	11	↑		Unilever	1,674	38.8	4.2

Fuente: 'Brand Footprint 2016', Kantar Worldpanel



**#1**

Coca-Cola es  
la marca #1  
en 10 países



Sunsilk es la  
marca que  
más crece en  
CRP (+12%)

**+40**

millones de  
hogares más  
compraron  
Colgate

**48%**

de las  
marcas  
crece en  
valor

**x2**

Las marcas  
locales  
crecen el  
doble que las  
globales






Fuente: 'Brand Footprint 2016', Kantar Worldpanel

# Brand Footprint en España



# 4 de las 5 marcas más elegidas son españolas

## Coca Cola sigue a la cabeza

Posición 2015		Posición 2014	Marca	CRP (Millones)	%Hogares compradores	Frecuencia de compra
1	▶	1		144	77,1	10,7
2	▶	2		130	79,1	9,4
3	▶	3		106	74,2	8,2
4	▶	4		79	58,8	7,7
5	▲	7		77	51,4	8,6
6	▶	6		70	41,4	9,7
7	▲	9		66	67,0	5,6
8	▼	5		64	47,0	7,8
9	▼	8		58	67,6	4,9
10	▶	10		53	50,9	6,0

Fuente: 'Brand Footprint 2016', Kantar Worldpanel

# 3 marcas entran en el ranking: Kaiku, Président y Serrano

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

Fuente: 'Brand Footprint 2016', Kantar Worldpanel

# Por primera vez una marca española es la que compran más hogares



## El Pozo

Se convierte en la marca que compran más hogares

**79% hogares**



## Coca-Cola

Vuelve a ser la marca que se compra con más frecuencia

**11 veces al año**

## Font Vella

La marca que sube más posiciones en el ranking

**+15 posiciones**



## Argal

La marca que más crece en CRP

**+25%**



Fuente: 'Brand Footprint 2016', Kantar Worldpanel

# Las marcas nacionales crecen más que las marcas globales

27 marcas de origen español en el top 50

+2,3% ev. valor

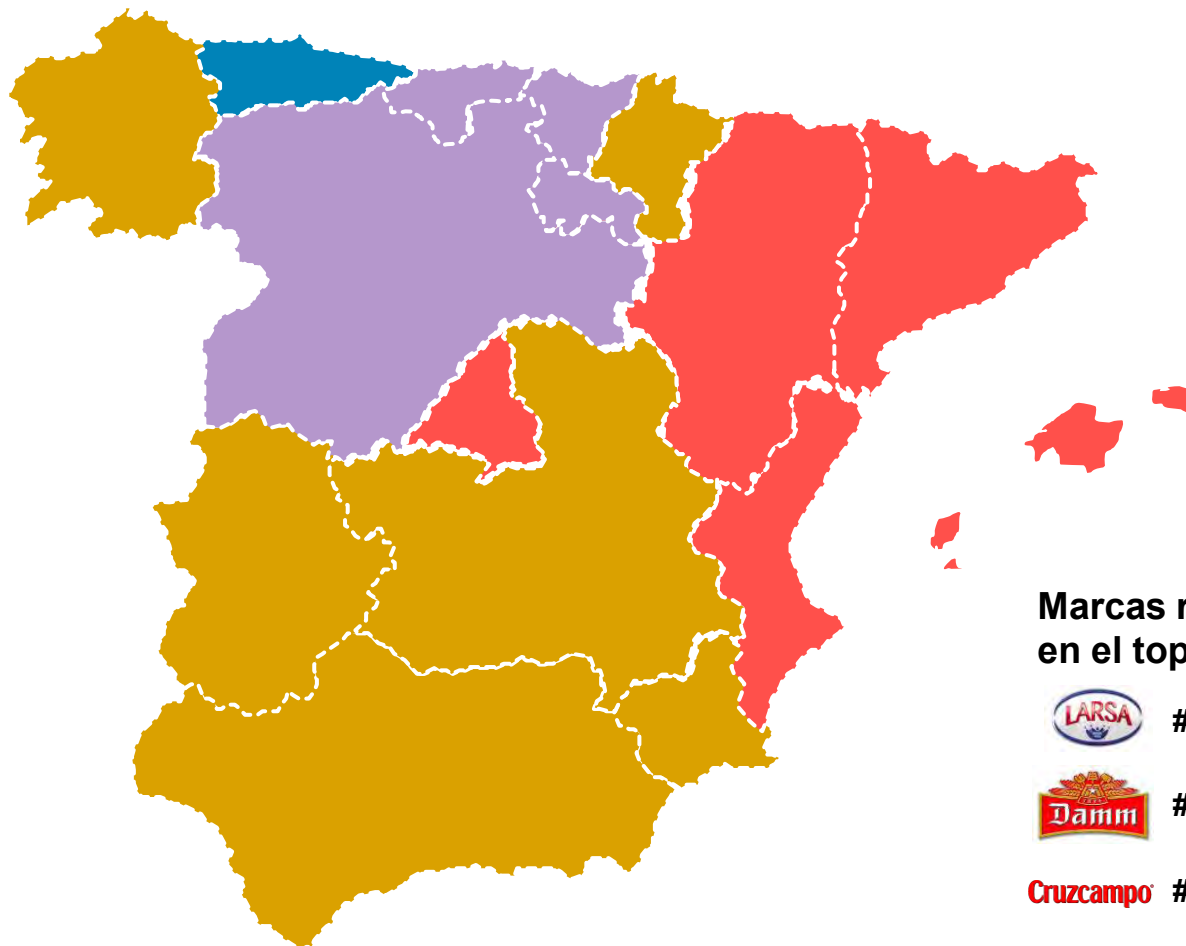

23 marcas internacionales

-0,8% ev valor

Fuente: 'Brand Footprint 2016', Kantar Worldpanel

# Las marcas locales refuerzan su posición ganando nuevos territorios

## Marca #1 2015



## Marcas regionales en el top10 CCAA\*



#2 en Galicia



#8 en Cataluña

**Cruzcampo** #10 en Andalucía

*\*marcas que no aparecen en el ranking general*

Fuente: 'Brand Footprint 2016', Kantar Worldpanel

# Fairy y Colgate se mantienen como las marcas “no alimentación” más elegidas

## Top5 marcas por sectores

### Alimentación



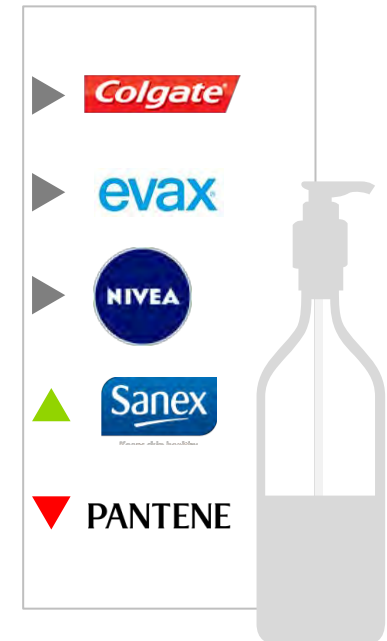
### Bebidas



### Droguería



### Perfumería



Fuente: 'Brand Footprint 2016', Kantar Worldpanel



# Danone, Coca Cola y Nestlé lideran alimentación y bebidas P&G y Henkel “no alimentación”

## Danone

líder en el top50 con  
7 marcas



## Danone en top 20 Alimentación



## Coca Cola y Nestlé en top 20 Bebidas



## Henkel en top 20 Droguería



## P&G en top 20 Perfumería

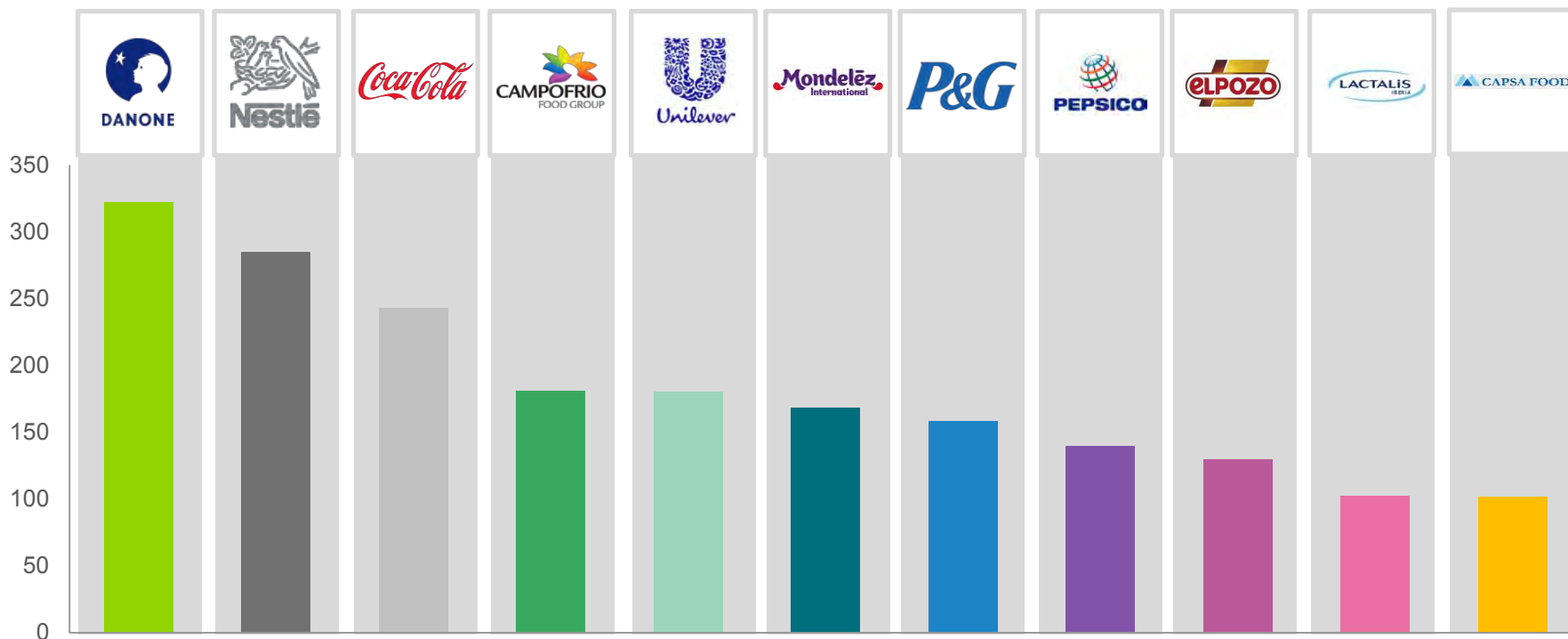


Fuente: 'Brand Footprint 2016', Kantar Worldpanel

# Danone y Nestlé encabezan el ranking de fabricantes

11 fabricantes superan los 100 millones de contactos con sus consumidores

Ranking Fabricantes (en millones CRP)



Fuente: 'Brand Footprint 2016', Kantar Worldpanel

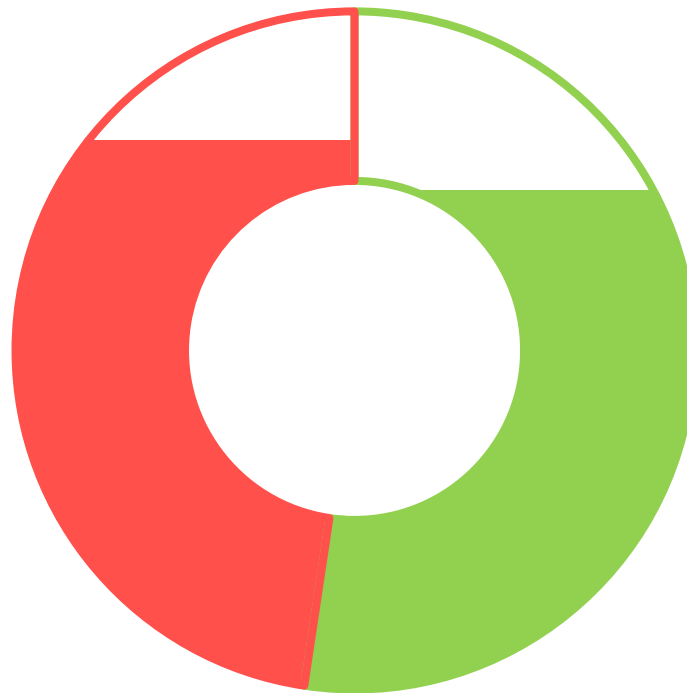
# Cómo crecen las marcas



# Las marcas que crecen, ganan compradores

697 marcas analizadas

Las marca que  
caen,  
Pierden  
compradores



Las marcas  
que crecen,  
Ganan  
compradores

Fuente: 'Brand Footprint 2016', Kantar Worldpanel

# 5 palancas para ganar clientes



# Cómo ganan compradores las marcas

**NUEVOS  
TARGETS**



**+713mil  
consumidores**



**6 de cada 10 nuevos CRP  
vienen de Font Vella Kids**

\*Top1 'Radar de la innovación 2016'



**41% de su consumo se  
realiza en el almuerzo**

**+310mil  
consumidores**



**NUEVOS  
MOMENTOS**

**NUEVOS  
MOTIVOS DE  
CONSUMO**



**+376mil  
consumidores**



**Aumenta el consumo  
de la marca por  
"sabor"**

\*Top10 'Radar de la innovación 2016'

Fuente: 'Brand Footprint 2016', Kantar Worldpanel

## CONCLUSIONES

- **Coca cola vuelve a ser la marca más elegida en España y en el mundo**
- **4 de las 5 marcas de Gran Consumo más elegidas son españolas**
- **Las marcas españolas predominan en el ranking y crecen más que las globales**
- **El Pozo se convierte en la marca que entra en más hogares**
- **El Pozo, Coca Cola, Campofrio y Asturiana, líderes regionales**
- **3 nuevas marcas en el Top50: Kaiku, Président y Serrano**
- **Font Vella es la marca que sube más posiciones y Argal la que más crece**
- **Fairy, Colgate y Evax, las marcas no alimentación más elegidas**
- **Danone y Nestlé, los fabricantes líderes**
- **La mitad de las marcas analizadas crecen en valor, y de éstas, casi todas lo hacen a través de ganar compradores**



**ANEXO**

**RANKINGS BRAND FOOTPRINT**





# Las 50 marcas de gran consumo más elegidas en el mundo

Rank 2015	Rank 2014	Rank Change	Brand Name	Manufacturer	Consumer Reach Points (m)	Penetration% 2015	Frequency 2015	Consumer Reach Points Growth %
1	1	⊖		The Coca-Cola Company	6,284	45.6	13.5	-1.9
2	2	⊖		Colgate-Palmolive Company	4,251	67.7	6.2	2
3	4	⬆️		Unilever	2,585	30.3	8.4	3
4	3	⬇️		Nestlé	2,412	33.8	7.0	-17
5	7	⬆️		PepsiCo	2,198	30.5	7.1	4
6	5	⬇️		PepsiCo	2,164	25.3	8.4	-1
7	6	⬇️		Nestlé	2,047	22.2	9.1	-5
8	9	⬆️		Indofood	1,898	5.0	37.2	2
9	8	⬇️		Unilever	1,859	31.4	5.8	-2
10	11	⬆️		Unilever	1,674	38.8	4.2	8
11	13	⬆️		Unilever	1,596	24.4	6.4	12
12	10	⬇️		Unilever	1,529	35.3	4.3	-2
13	17	⬆️		P&G	1,432	14.9	9.5	11
14	15	⬆️		P&G	1,417	12.3	11.4	5
15	12	⬇️		Nestlé	1,386	30.9	4.4	4
16	16	⊖		P&G	1,259	25.9	4.8	-3
17	18	⬆️		Colgate-Palmolive Company	1,236	18.9	6.4	3
18	14	⬇️		P&G	1,212	24.2	4.9	-14
19	19	⊖		Unilever	1,074	14.8	7.1	1
20	22	⬆️		The Coca-Cola Company	1,050	26.5	3.9	4
21	21	⊖		Danone	1,047	15.9	6.5	1
22	28	⬆️		Kraft	978	16.0	6.8	-8
23	26	⬆️		Ajinomoto	948	6.9	13.5	4
24	23	⬇️		H.J. Heinz Company	946	18.7	5.8	11
25	24	⬇️		Mondelez	929	25.1	3.7	-1

Rank 2015	Rank 2014	Rank Change	Brand Name	Manufacturer	Consumer Reach Points (m)	Penetration% 2015	Frequency 2015	Consumer Reach Points Growth %
26	29	⬆️		Mondelez	921	24.4	3.7	3
27	24	⬇️		Nestlé	901	8.4	10.6	-3
28	28	⊖		The Coca-Cola Company	877	23.0	3.8	-2
29	25	⬇️		Bimbo	859	6.4	13.3	-6
30	32	⬆️		Unilever	844	7.0	11.8	2
31	33	⬆️		PepsiCo	829	16.5	4.9	-0
32	30	⬇️		Mondelez	825	11.5	7.0	-7
33	37	⬆️		Unilever	801	15.1	5.2	9
34	36	⬆️		Beiersdorf	792	24.1	3.2	3
35	34	⬇️		PepsiCo	792	15.3	5.1	-1
36	35	⬇️		Unilever	790	18.4	4.2	2
37	31	⬇️		Danone	767	13.2	5.7	-8
38	38	⊖		McCormick	757	14.4	5.2	1
39	39	⊖		Unilever	751	17.6	4.2	3
40	40	⊖		Ferrero	750	13.7	5.4	3
41	42	⬆️		PepsiCo	742	13.0	5.6	4
42	41	⬇️		P&G	701	13.3	5.2	-3
43	48	⬆️		Unilever	686	19.1	3.5	9
44	43	⬇️		The Hershey Company	673	11.2	5.9	-2
45	45	⊖		General Mills	646	10.0	6.4	11
46	51	⬆️		Barilla Group	640	13.5	4.7	7
47	50	⬆️		Yakult	638	8.7	7.2	4
48	47	⬇️		General Mills	630	10.5	5.9	-1
49	49	⬆️		P&G	629	16.0	3.9	1
50	46	⬇️		P&G	615	22.4	2.7	-4

Fuente: 'Brand Footprint 2016', Kantar Worldpanel

# Ranking Brand Footprint España 2016

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

Fuente: 'Brand Footprint 2016', Kantar Worldpanel



# Ranking Brand Footprint España 2016

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

Fuente: 'Brand Footprint 2016', Kantar Worldpanel

  Marca española
   Marca internacional

# Ranking Brand Footprint España 2016

Posición 2015		Posición 2014	Marca	CRP (Millones)	%Hogares compradores	Frecuencia de compra
1	▶	1		144	77,1	10,7
2	▶	2		130	79,1	9,4
3	▶	3		106	74,2	8,2
4	▶	4		79	58,8	7,7
5	▲	7		77	51,4	8,6
6	▶	6		70	41,4	9,7
7	▲	9		66	67,0	5,6
8	▼	5		64	47,0	7,8
9	▼	8		58	67,6	4,9
10	▶	10		53	50,9	6,0

Fuente: 'Brand Footprint 2016', Kantar Worldpanel

# Ranking Brand Footprint España 2016








# 2015	# 2014	Marca	CRP (Mill.)	%Pen.	Frec. Compra
11	12	 <b>PESCANOVA</b> <small>Lo bueno sale bien</small>	<b>52,1</b>	61,3	4,9
12	13	 <b>PULEVA</b>	<b>50,5</b>	34,0	8,5
13	11	 <b>Nestlé</b>	<b>49,6</b>	56,7	5,0
14	14	 <b>Reina</b>	<b>46,4</b>	47,4	5,6
15	15	 <b>Heró</b>	<b>42,8</b>	40,6	6,0
16	16	 <b>CASTELLÓN</b>	<b>40,9</b>	48,9	4,8
17	18	 <b>Fanta</b>	<b>38,3</b>	42,9	5,1
18	17	 <b>Pascual</b>	<b>37,6</b>	33,9	6,4
19	20	 <b>Italmed</b>	<b>33,1</b>	28,7	6,6
20	21	 <b>Gallina Blanca</b>	<b>32,7</b>	46,2	4,0

# 2015	# 2014	Marca	CRP (Mill.)	%Pen.	Frec. Compra
21	24	 <b>gullón</b>	<b>32,6</b>	45,0	4,2
22	31	 <b>ARGAL</b>	<b>32,4</b>	47,1	3,9
23	19	 <b>pepsi</b>	<b>31,7</b>	19,8	9,2
24	22	 <b>NAVIDUL</b>	<b>31,5</b>	43,7	4,1
25	23	 <b>Lays</b>	<b>30,4</b>	39,3	4,4
26	28	 <b>Actimel</b>	<b>28,0</b>	23,4	6,9
27	27	<b>FAIRY</b>	<b>27,7</b>	55,5	2,9
28	29	 <b>la Cocinera</b>	<b>26,4</b>	43,6	3,5
29	25	 <b>Danonino</b> <small>LA NATURAL DE CUBA SABOR</small>	<b>26,3</b>	26,1	5,8
30	26	 <b>Dulcesol</b>	<b>26,2</b>	36,3	4,1

Fuente: 'Brand Footprint 2016', Kantar Worldpanel

# Ranking Brand Footprint España 2016

# 2015	# 2014	Marca	CRP (Mill.)	%Pen.	Frec. Compra
31	30		25,7	43,5	3,4
32	32		25,7	38,8	3,8
33	48		24,6	30,1	4,7
34	36		24,4	36,1	3,9
35	35		24,3	26,8	5,2
36	37		24,3	36,5	3,8
37	38		24,3	45,4	3,1
38	41		24,2	15,9	8,7
39	34		24,2	32,2	4,3
40	39		23,6	34,1	4

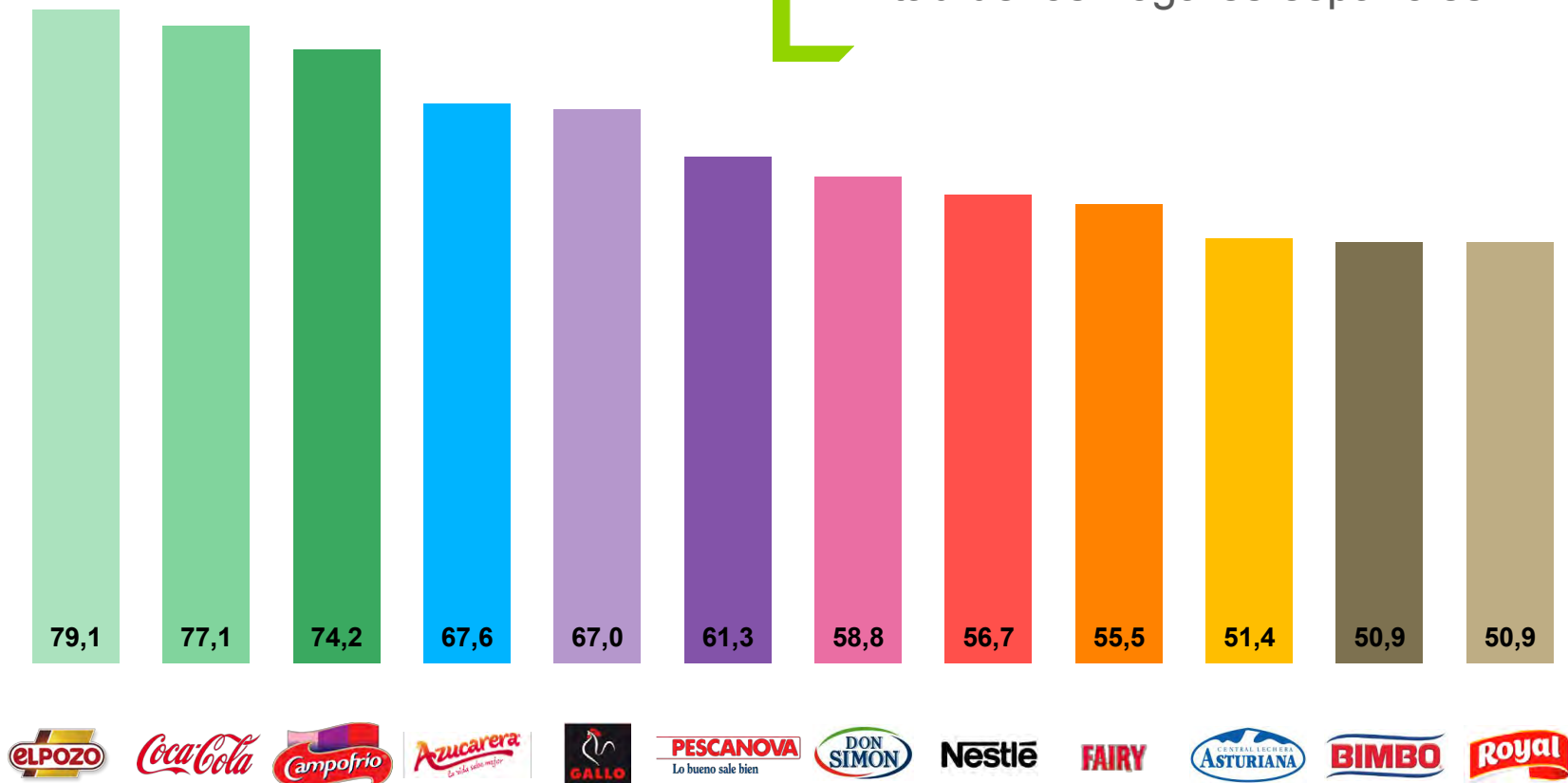
# 2015	# 2014	Marca	CRP (Mill.)	%Pen.	Frec. Compra
41	45		23,4	40,1	3,3
42	33		22,7	50,9	2,6
43	49		21,7	32,3	3,9
44	43		21,7	36,6	3,4
45	44		21,4	28,3	4,3
46	-		21,4	18,5	6,6
47	-		21,2	38,6	3,1
48	40		20,7	29,9	4
49	-		20,7	32,1	3,7
50	50		20,1	23,6	4,9

Fuente: 'Brand Footprint 2016', Kantar Worldpanel

# Las marcas que más gente compra

%Penetración de compra anual

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

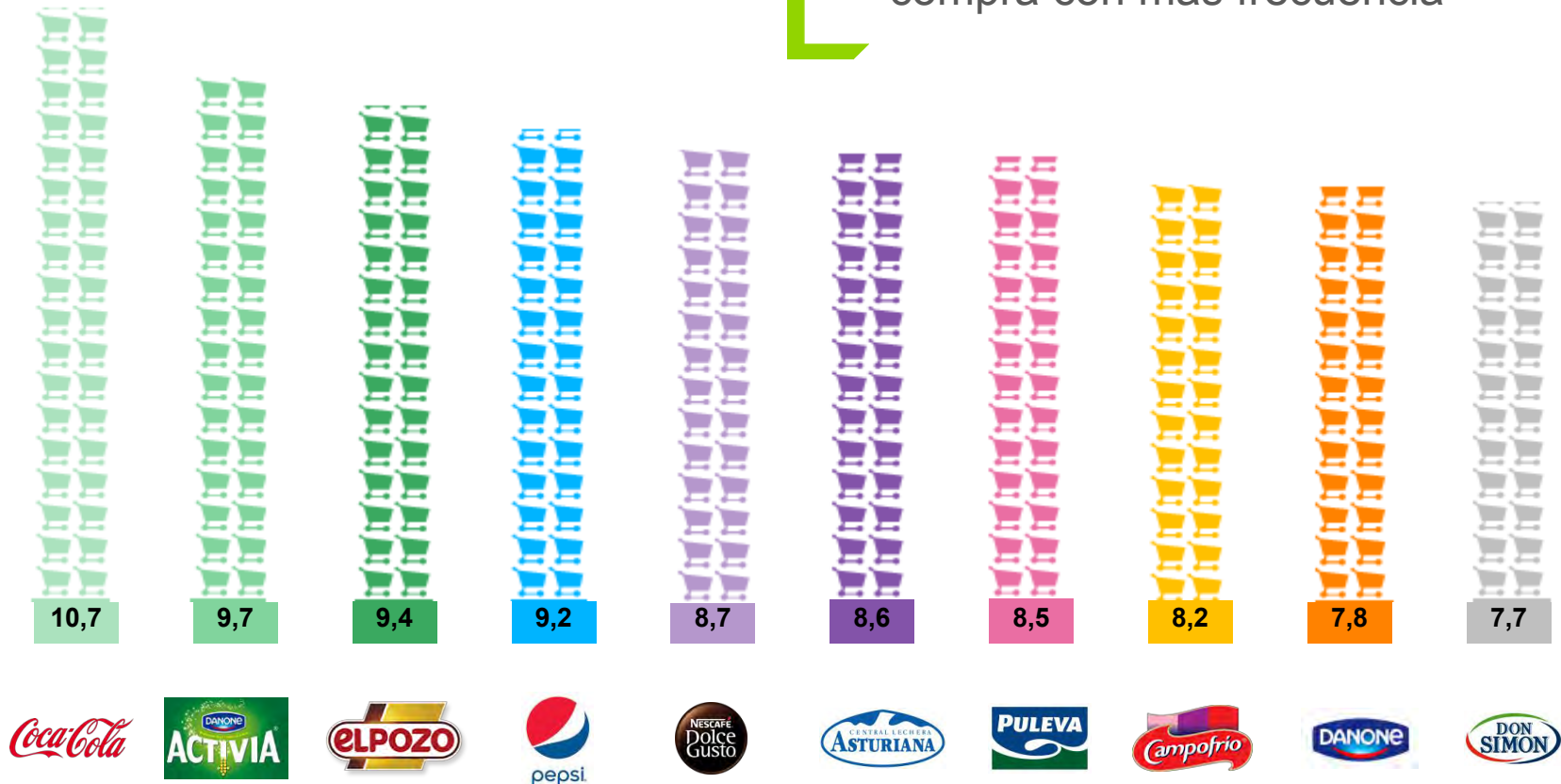


Fuente: 'Brand Footprint 2016', Kantar Worldpanel

# Las marcas que se compran más a menudo

Frecuencia de compra (Nº actos de compra al año)

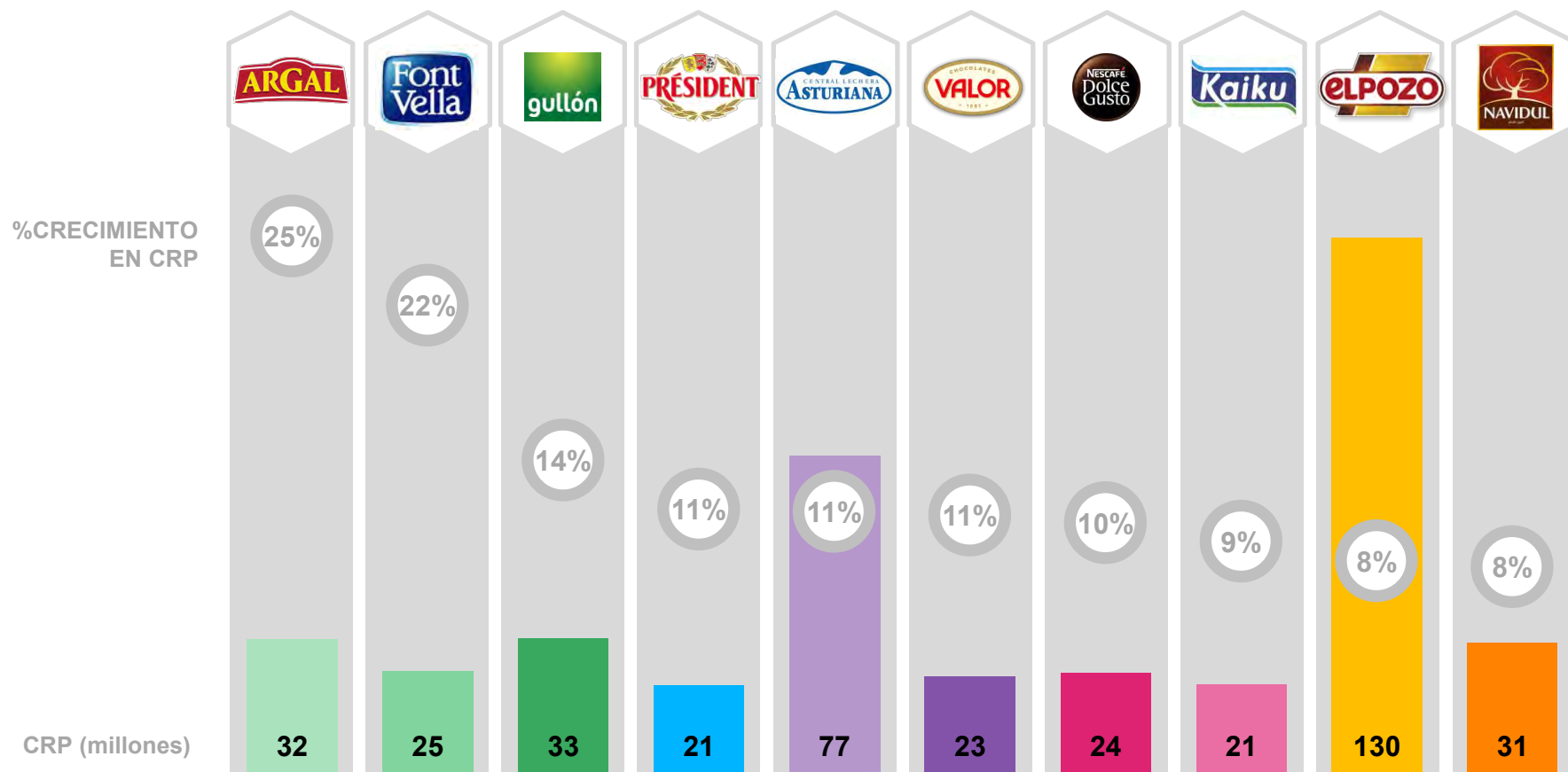
Coca Cola sigue siendo la que se compra con más frecuencia



Fuente: 'Brand Footprint 2016', Kantar Worldpanel





# Las 10 marcas que más crecen en CRP



Fuente: 'Brand Footprint 2016', Kantar Worldpanel










# Top 20 Marcas Alimentación

# 2015	# 2014	Marca	CRP (Mill.)	%Pen.	Frec. Compra
1	1		129,8	79,1	9,4
2	2		106,0	74,2	8,2
3	4		70,0	41,4	9,7
4	6		65,5	67,0	5,6
5	3		64,2	47,0	7,8
6	5		57,9	67,6	4,9
7	7		53,2	50,9	6,0
8	8		52,1	61,3	4,9
9	9		47,0	56,1	4,8
10	10		46,4	47,4	5,6

# 2015	# 2014	Marca	CRP (Mill.)	%Pen.	Frec. Compra
11	11		42,3	40,6	6,0
12	12		40,9	48,9	4,8
13	13		33,1	28,7	6,6
14	14		32,7	46,2	4,0
15	17		32,6	45,0	4,2
16	-		32,4	47,1	3,9
17	15		31,5	43,7	4,1
18	16		30,4	39,3	4,4
19	20		28,0	23,4	6,9
20	-		26,4	43,6	3,5

Fuente: 'Brand Footprint 2016', Kantar Worldpanel











# Top 20 Marcas Bebidas

# 2015	# 2014	Marca	CRP (Mill.)	%Pen.	Frec. Compra
1	1		144,1	77,1	10,7
2	2		77,2	57,9	7,6
3	3		56,3	34,4	9,4
4	4		49,3	32,2	8,7
5	5		38,3	42,9	5,1
6	7		32,3	25,2	7,3
7	6		31,7	19,8	9,2
8	13		24,6	30,1	4,7
9	9		24,4	36,1	3,9
10	8		24,3	26,8	5,2

# 2015	# 2014	Marca	CRP (Mill.)	%Pen.	Frec. Compra
11	10		23,6	34,1	4,0
12	12		23,2	15,7	8,5
13	11		20,7	29,9	4,0
14	14		19,6	23,1	4,9
15	16		17,5	16,4	6,1
16	15		17,2	23,5	4,2
17	17		16,7	24,1	4,0
18	18		16,6	18,1	5,3
19	-		14,2	20,0	4,1
20	19		14,0	11,8	6,8

Fuente: 'Brand Footprint 2016', Kantar Worldpanel









# Top 20 Marcas Droguería

# 2015	# 2014	Marca	CRP (Mill.)	%Pen.	Frec. Compra
1	1		27,7	55,5	2,9
2	2		13,7	27,4	2,9
3	4		13,6	30,3	2,6
4	3		12,5	27,6	2,6
5	5		12,0	21,7	3,2
6	7		11,6	32,8	2,0
7	6		11,5	26,8	2,5
8	8		11,0	25,5	2,5
9	10		10,6	16,9	3,6
10	9		9,7	21,7	2,6

# 2015	# 2014	Marca	CRP (Mill.)	%Pen.	Frec. Compra
11	12		7,8	26,8	1,7
12	11		7,5	15,9	2,7
13	15		7,1	18,4	2,2
14	13		6,6	16,0	2,4
15	14		6,1	18,3	1,9
16	18		5,8	16,3	2,1
17	16		5,7	15,9	2,1
18	19		5,5	13,1	2,4
19	17		5,5	15,9	2,0
20	-		5,3	19,1	1,6

Fuente: 'Brand Footprint 2016', Kantar Worldpanel







# Top 20 Marcas Perfumería

# 2015	# 2014	Marca	CRP (Mill.)	%Pen.	Frec. Compra
1	1		24,3	45,4	3,1
2	2		21,7	32,3	3,9
3	3		18,1	39,4	2,6
4	7		13,5	29,4	2,6
5	4	PANTENE	13,4	25,7	3
6	6		13,2	34,7	2,2
7	5		13,1	15,2	5
8	8		12,6	19,9	3,6
9	9		11,2	26,8	2,4
10	10		9,0	23,1	2,2

# 2015	# 2014	Marca	CRP (Mill.)	%Pen.	Frec. Compra
11	11		8,9	24,7	2,1
12	13		8,3	19,3	2,5
13	16		8,2	18,6	2,5
14	12		8,1	21,3	2,2
15	14		8,0	19,8	2,3
16	20		7,3	18	2,3
17	15		7,2	16,9	2,4
18	17		7,1	18	2,3
19	19		6,4	18,3	2
20	-		6,4	15,9	2,3

Fuente: 'Brand Footprint 2016', Kantar Worldpanel

# Top 10 marcas por CCAA

ANDALUCÍA		
# 2015	Marca	CRP (Mill.)
1		31,1
2		22,7
3		21,8
4		19,9
5		17,4
6		14,1
7		11,2
8		11,2
9		10,8
10		10,8

ARAGÓN		
# 2015	Marca	CRP (Mill.)
1		4,6
2		3,3
3		2,9
4		2,6
5		2,3
6		2,1
7		2,0
8		2,0
9		1,9
10		1,5

ASTURIAS		
# 2015	Marca	CRP (Mill.)
1		9,5
2		5,6
3		3,1
4		2,9
5		2,8
6		2,4
7		2,2
8		2,1
9		1,8
10		1,6

CANTABRIA		
# 2015	Marca	CRP (Mill.)
1		1,5
2		1,2
3		1,2
4		1,2
5		1,1
6		1,1
7		1,0
8		0,9
9		0,8
10		0,7

Fuente: 'Brand Footprint 2016', Kantar Worldpanel

# Top 10 marcas por CCAA

CASTILLA LA MANCHA		
# 2015	Marca	CRP (Mill.)
1		7,8
2		7,0
3		5,2
4		4,7
5		3,1
6		2,9
7		2,8
8		2,7
9		2,5
10		2,5

CASTILLA-LEÓN		
# 2015	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		
# 2015	Marca	CRP (Mill.)
1		31,1
2		14,2
3		14,1
4		13,8
5		13,3
6		13,0
7		12,7
8		11,4
9		9,7
10		9,5

COM . MADRID		
# 2015	Marca	CRP (Mill.)
1		22,4
2		16,2
3		15,6
4		13,8
5		11,5
6		10,7
7		10,2
8		8,2
9		8,1
10		8,1

Fuente: 'Brand Footprint 2016', Kantar Worldpanel

# Top 10 marcas por CCAA

C. VALENCIANA		
# 2015	Marca	CRP (Mill.)
1		16,4
2		15,5
3		12,1
4		9,3
5		7,8
6		7,8
7		7,3
8		7,0
9		6,9
10		6,7

EXTREMADURA		
# 2015	Marca	CRP (Mill.)
1		5,3
2		3,5
3		2,1
4		2,1
5		1,8
6		1,6
7		1,6
8		1,5
9		1,4
10		1,4

GALICIA		
# 2015	Marca	CRP (Mill.)
1		10,4
2		9,3
3		8,3
4		8,1
5		7,4
6		6,7
7		5,6
8		4,7
9		4,6
10		4,6

ISLAS BALEARES		
# 2015	Marca	CRP (Mill.)
1		3,8
2		2,8
3		2,6
4		2,4
5		2,2
6		2,1
7		2,0
8		1,8
9		1,7
10		1,5

Fuente: 'Brand Footprint 2016', Kantar Worldpanel



# Top 10 marcas por CCAA

LA RIOJA		
# 2015	Marca	CRP (Mill.)
1		1,1
2		1,0
3		0,8
4		0,7
5		0,6
6		0,6
7		0,5
8		0,5
9		0,5
10		0,5

MURCIA		
# 2015	Marca	CRP (Mill.)
1		7,3
2		4,2
3		3,3
4		2,7
5		2,6
6		2,6
7		2,4
8		2,4
9		2,3
10		2,0

NAVARRA		
# 2015	Marca	CRP (Mill.)
1		1,5
2		1,5
3		1,3
4		1,3
5		1,3
6		0,9
7		0,7
8		0,7
9		0,7
10		0,7

PAÍS VASCO		
# 2015	Marca	CRP (Mill.)
1		7,7
2		6,6
3		6,0
4		5,8
5		4,8
6		4,6
7		4,0
8		3,8
9		3,6
10		3,4

Fuente: 'Brand Footprint 2016', Kantar Worldpanel



Más información en

[www.brandfootprint-ranking.com](http://www.brandfootprint-ranking.com)

[www.kantarworldpanel.es](http://www.kantarworldpanel.es)