

Bridgestone rimane il marchio di pneumatici più prezioso al mondo, secondo la nuova ricerca realizzata da Brand Finance sui 500 marchi di maggior valore in assoluto. Nella lista, che quantifica il valore dei marchi, oltre a Bridgestone, ci sono altri quattro produttori di pneumatici: Michelin, Continental, Goodyear e Pirelli. L'ultima edizione del Brand Finance Global 500 evidenzia che Bridgestone ha perso qualche posizione rispetto all'analisi del 2012, slittando dal 235° posto al 254°. Il marchio giapponese è stato valutato 4,455 miliardi di dollari, leggermente di più rispetto al 2012 (4,397). Michelin è salito alla 264° posizione (nel 2012 era 271°), guadagnando molto in valore: dai 3,9 miliardi di dollari dell'anno scorso a 4,4. Continental è il terzo brand di pneumatici presente nella classifica mondiale e si piazza alla 374° posizione, con un valore di 3,2 miliardi di dollari. Goodyear è 379° (3,2 miliardi di dollari), in netto miglioramento rispetto alla 431° posizione dell'anno prima. Pirelli compare nella lista, anche se non classificato, e rimane il 5° brand del settore pneumatici per il secondo anno consecutivo, con una valorizzazione pari a 1,5 miliardi di dollari, rispetto agli 1,3 del 2012.

David Haigh, CEO di Brand Finance, ha dichiarato: "Il settore industriale dei pneumatici è uno di quelli più altamente brandizzati e i produttori spendono milioni di dollari in sponsorizzazioni, pubblicità e attività promozionali per guadagnare quote di mercato, soprattutto nella regione Asia Pacifico, che conta per la metà del mercato globale delle gomme."

