La sponsorizzazione della National Football League americana iniziata da Bridgestone nel 2007, è stata rinnovata per altri quattro anni. Il nuovo accordo, sottoscritto da Bridgestone Americas Tire Operations e la NFL continuerà pertanto fino al 31 marzo 2016, ma Bridgestone non sponsorizzerà più lo spettacolo di intermezzo del Super Bowl. In compenso la casa produttrice intende rafforzare l'impegno di visibilità negli appuntamenti della stagione, continuando a rimanere la "gomma ufficiale" della NFL.

"Abbiamo raggiunto una grande esposizione per il marchio Bridgestone grazie al Bridgestone Super Bowl Halftime Show e agli spot commerciali che abbiamo proposto negli ultimi cinque anni", afferma Philip Dobbs, responsabile marketing di Bridgestone Americas. "Ma questo nuovo accordo di sponsorizzazione si adatta ancora meglio a dove siamo noi oggi come brand e apprezziamo veramente la NFL per averci aiutati ad arrivare fin qui."