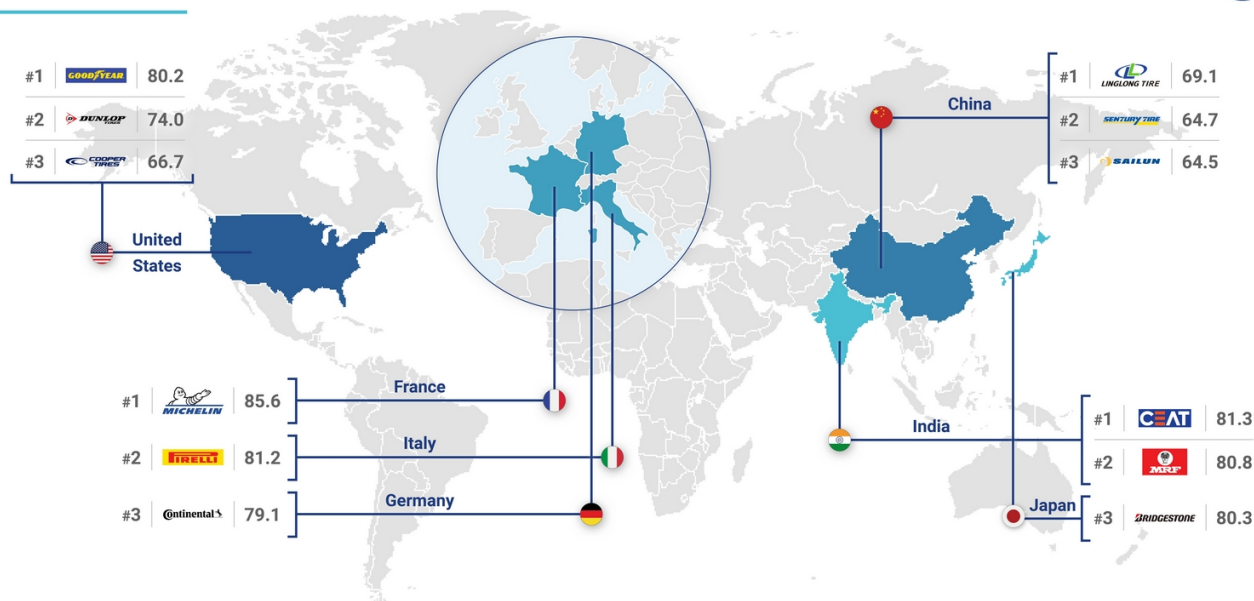


Per il settimo anno consecutivo, **Michelin** ha confermato la prima posizione nella classifica dei marchi di pneumatici di maggior valore al mondo, con un valore del marchio di 7,9 miliardi di dollari, secondo i nuovi dati di Brand Finance, la società di consulenza leader a livello mondiale nella valutazione dei marchi. Il valore del marchio francese è rimasto stabile anno dopo anno, nonostante vari fattori abbiano influito sul mercato e sulle prestazioni, tra cui il calo delle vendite nel segmento del trasporto su strada e la riduzione delle vendite nel mercato del ricambio.

Quest'anno, Michelin è anche il marchio di pneumatici più forte al mondo, ottenendo un punteggio BSI (Brand Strength Index) di 85,6 su 100. Nonostante un calo di 2,5 punti nel suo punteggio BSI, principalmente a causa di un calo delle entrate previste, la ricerca Brand Finance indica che Michelin eccelle in Familiarità e Raccomandazione. Nel suo mercato interno, Michelin ottiene anche la più alta accettazione dei prezzi.

Bridgestone e **Continental** si sono assicurati rispettivamente il 2° e il 3° posto nella classifica, dopo un aumento del valore del marchio dell'8% e del 13%. Il valore del marchio Bridgestone è salito a 7,6 miliardi di dollari, riducendo il divario a soli 254 milioni di dollari dal leader Michelin. Come tutti i principali produttori di pneumatici, Bridgestone ha dovuto affrontare sfide dovute all'aumento senza precedenti dei prezzi delle materie prime e all'elevata inflazione. L'azienda ha adottato misure efficaci per affrontare questi problemi attraverso una gestione flessibile delle forniture, che ha contribuito a un aumento del 5% delle entrate su base annua. Continental, con un valore del marchio di 4,7 miliardi di dollari, ha ottenuto punteggi migliori in Familiarità, Considerazione e Reputazione, determinando un aumento del suo punteggio BSI, in crescita di 3,2 punti dal 2023 a 79,1 su 100.

Strongest Brands by Region 2024



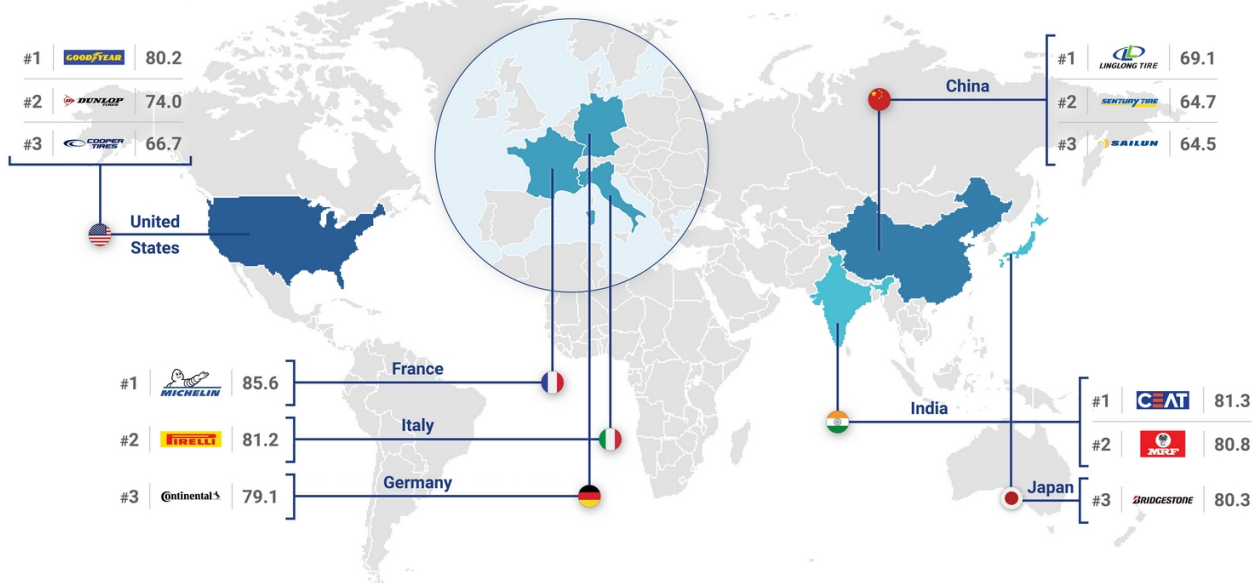
Con uno sbalorditivo aumento del 19%, il valore del marchio **Giti** è balzato a 924 milioni di dollari, rendendolo il marchio di pneumatici in più rapida crescita nel mondo quest'anno, classificandosi al 9° posto assoluto. Le solide previsioni di crescita dei ricavi, in particolare nel mercato cinese, supportano questa crescita significativa. Il marchio ha inoltre aumentato il suo punteggio BSI di 6,3 punti. Giti ha mostrato una performance particolarmente robusta in Cina, il suo mercato più grande in termini di fatturato. La ricerca di Brand Finance mostra che Giti ha ricevuto un punteggio di raccomandazione molto alto in Cina, riflettendo l'elevata soddisfazione dei clienti nei confronti del marchio. Anche la familiarità e la considerazione sono eccezionalmente elevate, a dimostrazione del fatto che Giti ha ottenuto un sostanziale riconoscimento e accettazione da parte del mercato nella regione.

Anche **Sailun** (valore del marchio in aumento del 10% a 801 milioni di dollari), **Linglong Tire** (valore del marchio in aumento dell'11% a 799 milioni di dollari) e **Sentury Tire** (valore del marchio in aumento del 17% a 377 milioni di dollari) hanno registrato una notevole crescita del valore del marchio, guidata da un'importante domanda estera. L'industria cinese dei pneumatici ha vissuto un anno prospero nel 2023, caratterizzato dall'espansione delle operazioni all'estero, dall'elevata domanda e dalle condizioni interne favorevoli allo sviluppo del settore. In particolare, le esportazioni verso il Sud America sono

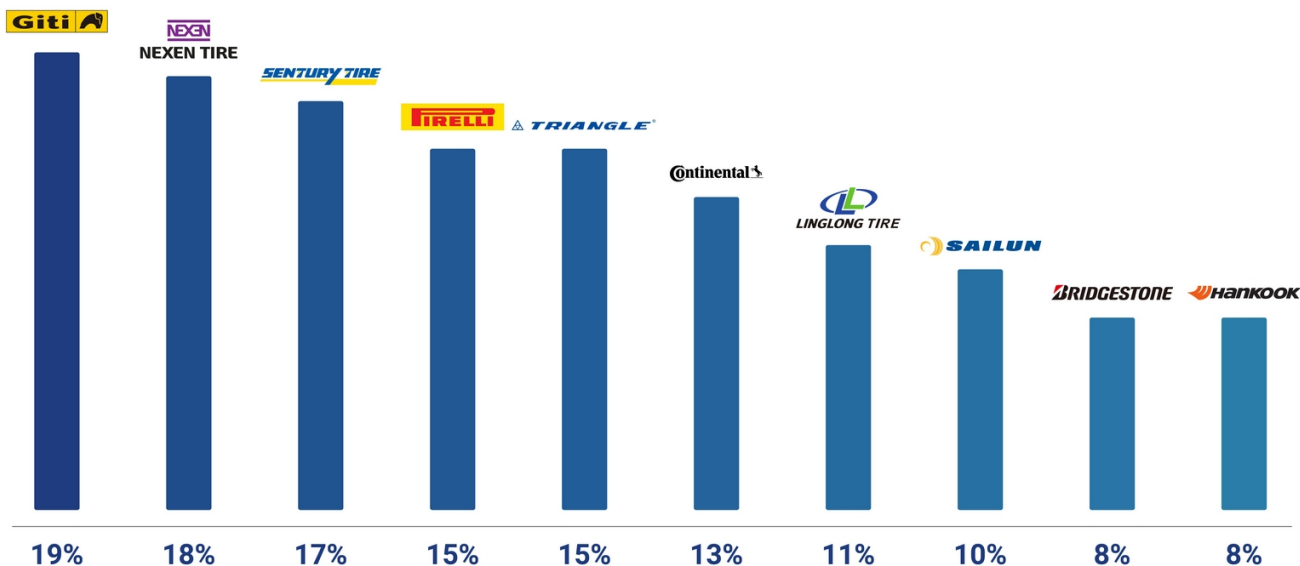
aumentate del 33%.

Alex Haigh, amministratore delegato di Brand Finance Asia, ha commentato: *“In un panorama in cui i giganti globali dei pneumatici affrontano sfide, il successo dei marchi cinesi risplende brillantemente. La loro notevole crescita in mezzo alle avversità sottolinea la resilienza e il dinamismo dell’industria cinese dei pneumatici. Con approcci innovativi e un focus sulla sostenibilità, Giti emerge come il più marchio in più rapida crescita, sostenuto dalla solida performance in Cina. Nel frattempo, Linglong Tire, Sentury Tire e Sailun stanno espandendo la loro presenza globale, sfruttando il rapporto costo-efficacia per assicurarsi quote di mercato significative. Mentre l’inflazione attanaglia i mercati tradizionali, l’ascesa di questi marchi cinesi preannuncia un nuova era di competizione e opportunità nel mercato globale dei pneumatici.”*

Strongest Brands by Region 2024



Brand Value Change 2023-2024

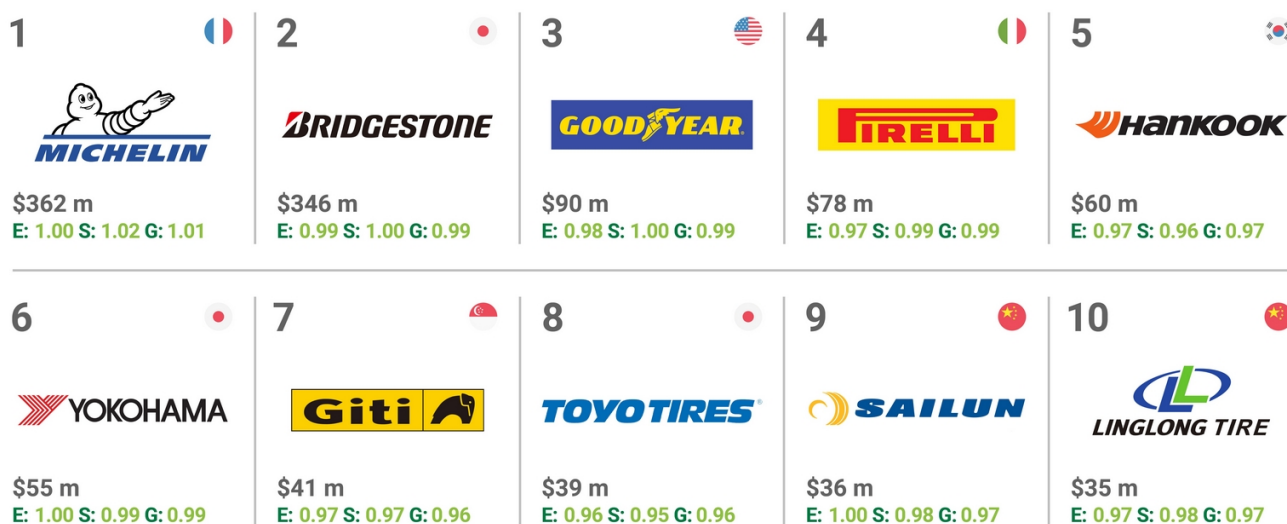


Brand Finance

Source: Brand Finance Tyres 25 2024

brandirectory.com/tyres

Top 10 Tyre Brands by Sustainability Perceptions Value



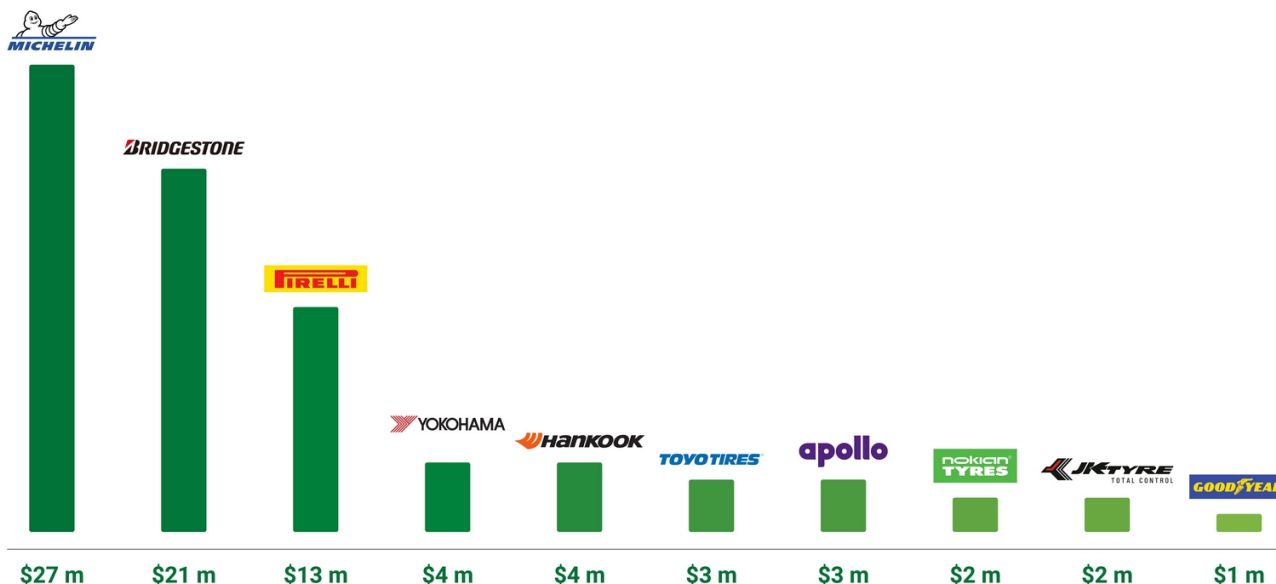
USDxx = Sustainability Perceptions Value x.x = Sustainability Perceptions Score / Sector Median

Brand Finance

Source: Brand Finance Tyres 25 2024

brandirectory.com/tyres

Top 10 Sustainability Gap Values (Tyre Brands)



Brand Finance

Source: Brand Finance Tyres 25 2024

brandirectory.com/tyres

Top 10 Most Valuable Tyre Brands 2024



1 =		\$7.9 bn	
2 =		\$7.6 bn	
3 =		\$4.7 bn	
4 =		\$2.0 bn	
5 =		\$2.0 bn	
6 =		\$1.7 bn	
7 =		\$1.4 bn	
8 =		\$1.2 bn	
9 ▲		\$0.9 bn	
10 ▼		\$0.9 bn	

Brand Finance

Source: Brand Finance Tyres 25 2024

brandirectory.com/tyres

© riproduzione riservata pubblicato il 10 / 06 / 2024

Brand Finance: Michelin il marchio più di valore, ma i marchi asiatici sono quelli in più rapida crescita | 6