

Avevamo già appurato di come all'inizio dell'anno Toyota fosse tornata velocemente al vertice del mercato automobilistico. Altrettanto curioso è dare uno sguardo al valore dei brand in senso globale.



Il brand Toyota vale oltre 53 miliardi di dollari, ovvero dieci miliardi più di Mercedes e dodici più di BMW che si trovano sul sul podio. È quanto si estrapola dalla annuale analisi di Interbrand, che ogni anno fa la classifica dei 100 Best Global Brands, con i marchi e gruppi che valgono di più.

Nel 2016, il brand più valutato al mondo si conferma **Apple**. Il brand della mela morsicata è in vetta con 178 miliardi di dollari, inseguito ancora da **Google** (133) e da **Coca-Cola** (73), che se ha perso circa il 7% mantiene però per un soffio la terza posizione su Microsoft (73).

Al 5° posto ecco comparire Toyota, il primo dell'automotive. Tuttavia il brand del mondo automotive che ha guadagnato di più è **Nissan**, la quale ha segnato un notevole +22 per cento. Nel club dei top 100 è entrata anche **Tesla** (100° posto) in forte progressione non

solo per l'estensione dei mercati di vendita degli autoveicoli, ma anche per i forti investimenti nel settore dell'energia a kWatt, produzione di batterie innovative (ricordate il mega impianto nel deserto californiano?), sistemi di ricarica superveloce, impianti privati e industriali di gestione dell'energia, con possibilità di interscambio tra auto e sistema fisso. Un mondo a cui si stanno affacciando altri big.

\$ bln	2016	2015	Var.
Toyota	53,58	49,05	9%
Mercedes-Benz	43,49	36,71	18%
Bmw	41,54	37,21	12%
Honda	22,11	22,98	-4%
Ford	12,96	11,58	12%
Hyundai	12,55	11,29	11%
Audi	11,80	10,33	14%
Volkswagen	11,44	12,55	-9%
Nissan	11,07	9,08	22%
Porsche	9,54	8,06	18%
Kia	6,33	5,67	12%
Land Rover	5,70	5,11	11%
Mini	4,99	4,24	18%
Tesla	4,01	==	n.a.

Globalmente, nel 2016 il brand che è cresciuto di più è stato Facebook (+48%), seguito da Amazon (+33%), da Lego (+25%) e quindi da Nissan, che supera gli 11 miliardi di Dollari.

Mercato Automotive: chi scende e chi sale - Nel primo semestre commerciale, il mercato mondiale, nonostante i risultati negativi in zone dell'America Latina, Medio Oriente, Africa, ha segnato un aumento del 3 per cento; 45.8 milioni le vetture immatricolate.

Nella classifica dei Paesi che possono contare sul maggior numero di vendite, al vertice troviamo la Cina, +7,2% con 12.976.034 unità, al secondo gli Stati Uniti, solamente +1,4% (e 8.644.235 pezzi), al terzo il Giappone, -4,6% (per 2.547.135), al quarto la testa di serie europea, la Germania con un +4,95 (e 1.836.081 unità), e al quinto l'India (+2,3% per 1.714.343 unità).

Si trovano poi in sesta posizione il Regno Unito, +2,8% (1.612.589 pezzi), in settima la Francia, +6,9% (1.302.382, in ottava l'Italia, +18,4% (e 1.115.222 unità), in nona il Canada, +6% (990.534), e in decima il Brasile, -25,1% (951.211 unità).

Ogni obiettivo di crescita è comunque fortemente legato ai piani per il futuro e alle iniziative rivolte all'ecologia. Ci torna in mente una campagna di Toyota con la clip **"Fueled by The Future"** che vede protagonisti **Michael J. Fox e Christopher Lloyd** impegnati in una famosa scena **"spazzatura-per-carburante"** ma in versione attualizzata. Non più soda e bucce di banana da gettare nel serbatoio, ma composti organici, biogas o sole e vento convertiti in **idrogeno** per le fuel-cell.

I fans di Back to the Future ritrovano anche il truck dei sogni di McFly, una Toyota Tacoma rivista e aggiornata, che raccoglie la spazzatura. Del resto, la questione energia è ciò che determina il mondo di nuova generazione.

Redazione MotorAge.it