



Giovedì 13/02/2020

Il rapporto Global 500 2020 sul valore dei marchi

A cura di: AteneoWeb S.r.l.

Il rapporto Global 500 2020 di Brand Finance, presentato a Davos durante il World Economic Forum del 22 gennaio 2020 calcola il 'brand value' stimando il beneficio netto che si otterrebbe dando in licenza il marchio sul mercato aperto; la "forza del marchio" viene invece misurata in base alla sua efficacia rispetto ai concorrenti.

Con un valore stimato di 220 miliardi di dollari Amazon è per il secondo anno consecutivo il brand che vale di più al mondo.

Ferrari risulta invece, per il secondo anno consecutivo, il marchio più forte al mondo, ottenendo un punteggio di 94,1 su 100 e un rating di AAA+.