

Business 23 Maggio, 2019 @ 9:40

La classifica Forbes dei 100 marchi di maggior valore al mondo nel 2019

di [Forbes.it](https://www.forbes.it)

Staff

La redazione di Forbes.



Il logo Apple in uno store a Pechino. (Photo by Feng Li/Getty Images)

IN ESCLUSIVA PER



di Kurt Badenhausen per Forbes.com

Le vendite di iPhone sono diminuite negli ultimi trimestri, in particolare in Cina, dove i rivali più economici Huawei Technologies e Xiaomi hanno guadagnato terreno. Gli introiti di Apple derivanti dalle vendite di smartphone sono scesi del 17% negli ultimi tre mesi a \$ 31 miliardi, ma il titolo è balzato del 5% dopo i risultati. Il motivo? Entrate da servizi elevatissimi.

La divisione servizi dell'azienda comprende App Store, Apple Pay, iTunes, servizi cloud e altro. È il secondo segmento più grande per Apple dopo l'iPhone, con un fatturato di \$ 37 miliardi nel 2018, e secondo Morgan Stanley potrebbe raggiungere i \$ 100 miliardi nel 2023. La crescita prevista parla da sola della potenza del marchio Apple.

Proprio Apple è in cima all'[annuale classifica di Forbes relativa ai marchi più preziosi del mondo](#) per la nona volta consecutiva. Il marchio del gigante tecnologico ha un valore di **\$ 205,5 miliardi**, in crescita del 12% rispetto allo scorso anno. È la prima volta che un brand supera la soglia dei \$ 200 miliardi.

LEGGI ANCHE: [“La metamorfosi di Apple: dagli iPhone ai servizi, aspettando AirPower”](#)

Apple ha fatto un'arte del trasferire la propria base di clienti da una categoria di prodotto a un'altra. Gli utenti Mac hanno comprato l'iPod, seguito da iPhone, iPad e Apple Watch. I clienti credono che il marchio funzionerà perfettamente in tutte le categorie dell'ecosistema Apple, il che ha contribuito a rendere la società di Cupertino la più preziosa al mondo.

Google però si sta avvicinando rapidamente con un valore di **\$ 167,7 miliardi**, in aumento del 23%. Il brand Apple valeva più del doppio rispetto al marchio del motore di ricerca solo quattro anni fa.

Google ha monopolizzato il mercato dei motori di ricerca globali con una quota del 92% negli ultimi 12 mesi, [secondo StatCounter](#) (Bing, 2,6% e Yahoo, 1,9%, sono molto indietro). Come Apple, Google ha utilizzato il suo marchio per spostarsi in altre categorie della vita quotidiana dei consumatori, dalla posta elettronica alla navigazione Web, dalle mappe allo storage cloud.

Mentre molti marchi globali si scontrano con le mutevoli abitudini dei loro clienti, i più grandi marchi tecnologici continuano a essere inarrestabili. **Microsoft** (\$ 123,5 miliardi) e **Amazon** (\$ 97 miliardi) completano le prime quattro posizioni ed entrambe hanno guadagnato più del 20% in valore.

LEGGI ANCHE: [“Perché Facebook, nonostante tutto, non è mai stata così in salute”](#)

Un marchio tecnologico però è stato offuscato negli ultimi 12 mesi ed è **Facebook**, che occupa il quinto posto. È stato l'unico brand tra i primi dieci a perdere valore, per un valore stimato di **\$ 88,9 miliardi, in calo del 6% rispetto allo scorso anno**. Il numero di utenti attivi di Facebook ha raggiunto i 2,4 miliardi quest'anno, ma il marchio del social media è stato appesantito dalle preoccupazioni legate alla protezione dei dati, alle politiche sulla privacy e alle fake news.

Coca-Cola, al sesto posto, è il marchio di punta al di fuori del settore della tecnologia, con un valore di \$ 59,2 miliardi, in crescita del 3%.

La classifica in cifre

I 100 marchi più preziosi valgono in tutto **\$ 2.330 miliardi**, in crescita dell'8% rispetto allo scorso anno. I marchi di tecnologia sono quelli che sono cresciuti di più, guidati dal gigante dell'e-commerce Amazon, con un aumento del 37% a \$ 97 miliardi. Altri grandi vincitori: Netflix (+ 34%), Google (+ 27%) e Adobe (+ 27%). H&M ha registrato il calo maggiore, scendendo del 12% a \$ 11,5 miliardi. Il retailer svedese ha faticato e ridotto i prezzi l'anno scorso per ridurre il magazzino in eccesso. Più di 20 marchi hanno perso valore, tra cui ESPN (-10%), GE (-8%) e Hyundai (-8%).

Le aziende statunitensi contano 56 marchi tra i primi 100, e costituiscono l'80% dei primi dieci posti. **Germania** (11 marchi), **Francia** (7) e **Giappone** (6) sono gli altri Paesi più prolifici.

Oltre alla proliferazione di marchi tecnologici (20 dei primi 100), le industrie più rappresentate sono i servizi finanziari (13), automobilistico (11), beni di consumo confezionati (10) e al dettaglio (8).

Ecco la top ten dei marchi di maggior valore al mondo nel 2019

#1. Apple

Valore: \$205,5 miliardi

#2. Google

Valore: \$167,7 miliardi

#3. Microsoft

Valore: \$125,3 miliardi

#4. Amazon

Valore: \$97 miliardi

#5. Facebook

Valore: \$88,9 miliardi

#6 Coca-Cola

Valore: \$59,2 miliardi

#7 Samsung

Valore: \$53,1 miliardi

#8. Disney

Valore: \$52.2 miliardi

#9. Toyota

Valore: \$44.6 miliardi

#10. McDonald's

Valore: \$43.8 miliardi

Vuoi ricevere le notizie di Forbes direttamente nel tuo Inbox? [Iscriviti alla nostra newsletter!](#)