PERIODICO MARITTIMO INDIPENDENTE A DIFFUSIONE INTERNAZIONALE
A BILINGUAL SHIPPING NEWSPAPER
L'INFORMATORE NAVALE
FONDATO NEL 1964 di NAPOLI

Report Brand Finance Logistics 50 "2026″ i cinque principali marchi armatoriali crescono molto più della media del settore

In occasione della Naples Shipping Week, Brand Finance presenta un'analisi sui principali marchi del trasporto marittimo e container, elaborata appositamente per l'evento a partire dai dati del Brand Finance Logistics 50 2026

Maersk resta il marchio di maggiore valore del maritime logistics, ma CMA CGM e COSCO Shipping accorciano le distanze

Per il secondo anno consecutivo il marchio di maggiore valore del maritime logistics è **Maersk**, che raggiunge un valore di **5,9 miliardi di dollari (+26,7%)**, con valori fissati al 1° gennaio 2026 su dati disponibili a novembre 2025. Con questa crescita entra nella top 10 dei marchi della logistica, all'ottavo posto, in una classifica guidata da UPS con 30 miliardi di dollari.

Il valore del marchio indica la parte del valore di impresa riconducibile a immagine e reputazione, un asset intangibile che molte aziende faticano a misurare e a collegare ai risultati economici, e che per questo rischia di essere sottovalutato. Nel caso di Maersk pesa il 22,8% del valore di impresa (5,9 miliardi di dollari su 25,9). Secondo l'analisi, Maersk è anche il marchio complessivamente più conosciuto, percepito come più credibile e più attraente tra quelli del comparto.

Nel 2025 sono però cresciuti molto più rapidamente **CMA CGM (+42,4%)** e **COSCO Shipping (+54,4%)**, che hanno rafforzato la propria posizione in termini di notorietà, credibilità e attrattività. La Brand Strength di Maersk risulta invece leggermente inferiore rispetto all'anno precedente, mentre dal 2023 il gruppo lavora all'unificazione dei marchi acquisiti e storici in un'unica identità.

«Maersk vale di più anche perché è il marchio con i migliori indicatori di notorietà, credibilità e attrattività, ma il divario con gli inseguitori si sta riducendo in modo significativo. CMA CGM, in particolare, emerge come un marchio da tenere d'occhio, anche per gli investimenti in sviluppo infrastrutturale e in obiettivi di sostenibilità», afferma **Massimo Pizzo, Senior Consultant di Brand Finance**.

CMA CGM sale dal 27° al 21° posto con un valore di 3,1 miliardi di dollari. Secondo il report, ha investito 2,5 miliardi di dollari per ampliare un portafoglio di 66 terminal in 40 Paesi e, nel quadro dell'obiettivo Net Zero al 2050, ha ordinato navi alimentate a GNL e metanolo per quasi 30 miliardi di dollari, con l'obiettivo di arrivare a 200 navi a basse emissioni entro il 2030. Alla crescita del marchio possono aver contribuito anche le attività di comunicazione, come la partnership con le Olimpiadi di Parigi, che ha accresciuto la visibilità a livello globale.

Il balzo di COSCO Shipping si inserisce probabilmente in una tendenza più ampia, l'affermazione dei marchi asiatici, e cinesi in particolare, che il report Brand Finance indica come una delle trasformazioni più significative del panorama competitivo globale degli ultimi anni.

I primi cinque marchi armatoriali – Maersk, CMA CGM, COSCO Shipping, Evergreen e Hapag-Lloyd – sono tutti cresciuti in valore, molto più della media dei 50 marchi della logistica, che nel complesso sono cresciuti di circa il 5%.

Tra tutti i marchi del Logistics 50 2026, quello cresciuto di più è **Ceva**, grazie a un forte rafforzamento di immagine e reputazione che ha migliorato le prospettive di fatturato rispetto alle stime di fine 2024.

Nel perimetro dell'analisi non rientra MSC, società privata che non rende pubblici i dati finanziari necessari alla valutazione.