



Torna Best Brands Italia: i consumatori scelgono le migliori Marche chiamate al ruolo di Best Friends

Prevista il 7 marzo, durante la tradizionale serata di gala che torna a essere totalmente in presenza, l'incoronazione delle Marche più forti in Italia secondo 16.000 valutazioni raccolte da GfK e confrontate con i dati di vendita.

Milano, 10 gennaio 2023 - Torna la classifica di Best Brands, considerata dagli operatori e dagli addetti ai lavori la più completa e oggettiva grazie alla sua capacità di offrire il punto di vista diretto dei consumatori confrontato con i dati di performance economica. Giunto in Italia alla sua ottava edizione, il progetto - lanciato per la prima volta da *GfK* e *Serviceplan Group* nel 2004 in Germania e sostenuto in Italia dai partner fondatori *RAI Pubblicità*, *24ORE System*, *IGP Decaux*, *ADC Group* con il patrocinio di *UPA* e quest'anno con un contributo di *Teads*, leader globale nel mercato della pubblicità video outstream - è diventato un riferimento negli anni e un appuntamento atteso per l'industry anche nel nostro Paese.

Best Brands è da sempre capace di intercettare gli stimoli provenienti dal mercato per indirizzare le Marche nella loro evoluzione, ed è per questo che "Best Friends" è il tema dell'edizione 2023. Attori sempre più presenti nella vita quotidiana dei consumatori e chiamati a un ruolo responsabile all'interno della comunità, i brands migliori accompagnano le persone verso un futuro caratterizzato dalla centralità dell'individuo come fine, mai come mezzo, secondo i principi della società 5.0 che si pone l'obiettivo di essere prospera e di avere al centro il benessere dell'essere umano. Fiducia, autorevolezza e credibilità sono le caratteristiche che le Marche devono trasmettere nel loro nuovo ruolo di "Best Friends", il modo migliore per essere "Best Brands".

In apertura della conferenza stampa di presentazione, Lorenzo Sassoli de Bianchi, Presidente di UPA, ha dichiarato: *"Il titolo di questa ottava*





edizione fotografa perfettamente la relazione biunivoca di interesse e attenzione delle Marche nei confronti dei loro utenti/consumatori e delle persone che le scelgono, in una reciprocità a cui ogni Marca lavora. Oggi più che mai le Marche si confrontano con la imprevedibilità del futuro. L'unica cosa stabile è l'instabilità: consacrata anche con un neologismo, permacrisi. Ma abbiamo la ferma certezza che una comunicazione pubblicitaria efficace e continuativa costruisce, sostiene e consolida le Marche, nel breve come nel lungo periodo."

Subito dopo, **Giovanni Ghelardi, CEO Serviceplan Group Italia** e **Enzo Frasio, Presidente di GfK Italia**, hanno riassunto le principali caratteristiche e i temi dello studio, che si propone di realizzare una mappatura accurata e attendibile delle Marche più forti sul mercato.

"Ci sono Brand e Best Brands. E come emerge dalle discussioni nel Club dei Best Brands, questi ultimi, a differenza dei primi, si sforzano sempre e concretamente di diventare Best Friends. E ciò riguarda sia l'impegno per rendere la sostenibilità un vantaggio concreto per tutti, sia la capacità di conciliare una visione sempre più globale con le esigenze culturali del territorio, sia la scelta di non snaturarsi per piacere a chiunque e ovunque, ma piuttosto di essere uguale a se stesso nei contesti in cui penserà di poter veramente essere utile", afferma Ghelardi.

6.000 interviste (5.000 per le classifiche storiche e 1.000 destinate ad un nuovo ranking) per un totale di 16.000 valutazioni: sono questi i numeri su cui si basa la ricerca, che restituisce il ranking di quasi 300 brand oggetto dell'indagine. L'esclusiva metodologia di Best Brands coniuga elementi qualitativi e quantitativi, grazie a un algoritmo elaborato quasi vent'anni fa da *GfK* e *Serviceplan Group*. Lo storico dei risultati ottenuti nei Paesi dove viene realizzata la ricerca (attualmente Belgio, Francia, Germania e Polonia, oltre all'Italia) conferma la validità del metodo, in cui risiede l'autorevolezza dello studio.



Con il patrocinio di
UPA
UTENTI PUBBLICITÀ ASSOCIATI



“Il nostro studio trasversale come sempre compara i dati economici con il punto di vista delle persone garantendo l’obiettività dei risultati. Per questo ritengo che i trend che emergono dalla ricerca siano ancora più significativi nell’anticipare gli scenari del mercato con uno sguardo rivolto al futuro, per offrire spunti e stimoli al settore” dichiara Frasio.

Le classifiche previste per l’edizione 2023 integrano alle quattro storiche categorie, Best Product Brand, Best Growth Brand, Best Sustainability Brand e Best Phygital Brand, la nuovissima Best of the Best, che premierà la Marca che ha performato meglio secondo i consumatori in tutti e quattro i territori valoriali.

Nel corso di Best Brands 2023 verrà anche presentato il Libro Due dei Best Brands, risultato delle sessioni di lavoro del Best Brands Club, l’esclusivo tavolo di confronto animato dalle Marche che si sono posizionate ai vertici delle classifiche dell’edizione 2022 (Amazon, ASdoMAR, Elmex, Intesa San Paolo, Müller, Mulino Bianco, Nutella, PayPal, Samsung e UnipolSai) con l’intento di definire cosa significhi essere oggi Best Brands.

La seconda edizione del volume verrà presentata, insieme ai risultati della ricerca, durante il gran galà previsto a Milano il 7 marzo. La serata ad inviti che vivrà il suo momento topico durante la proclamazione dei brand che sono risultati primi nelle quattro categorie Best Brands, si svolgerà come da tradizione negli studi RAI di Via Mecenate. Dopo le modalità ibride sperimentate negli ultimi anni per far fronte all’emergenza pandemica, l’evento che raduna il gotha delle Marche italiane tornerà a essere esclusivamente in presenza.

Per informazioni è consultabile il sito: www.best-brands.it



Con il patrocinio di

UPA

UTENTI PUBBLICITÀ ASSOCIATI



Ufficio Stampa – Best Brands Italia



LEAD Communication S.r.l. – Via Puccini, 1 – 20121 Milano

T. +39 02860616 – F. +39 02864357 –

e-mail: anita.lissona@leadcom.it alessandro.garavaglia@leadcom.it

www.facebook.com/leadcommunication



Con il patrocinio di

