



## Best Brands 8ª edizione

# Best Brands 2023: l'era dell'amicizia

*Le classifiche presentate ieri sera, frutto di 6.000 interviste per un totale di 16.000 valutazioni raccolte da GfK e messe a confronto con i dati di vendita, sono chiare: oggi non puoi essere un Best Brand se non sei amico dei consumatori.*

Milano, 8 marzo - L'ottava edizione di Best Brands che si è conclusa ieri sera con la presentazione delle 5 classifiche 2023 - Best Product Brand, Best Growth Brand, Best Sustainability Brand, Best Phygital Brand, Best of the Best e la designazione delle Marche prime classificate per ogni categoria - irrompe nel mondo della comunicazione e del marketing portando in dote una lezione che lascerà il segno: non c'è Best Brand che non sia anche Best Friend.

Tramontata quindi definitivamente l'era delle Marche che interpretavano il loro essere sul mercato come conquista, colpo su colpo, di un consumatore da sedurre, si afferma chiaramente la necessità di "una relazione biunivoca" (così l'ha definita Lorenzo Sassoli de Bianchi, presidente di UPA, nell'introdurre l'edizione 2023 di Best Brands) tra le Marche e i loro utenti/consumatori: da convincere più che conquistare con buone pratiche condivise e che oggi si richiamano principalmente a valori come sostenibilità, accessibilità, concretezza, trasparenza e verità.

L'edizione 2023 ha scelto quindi non a caso il tema "Best Friends": i brands migliori si confermano sempre più presenti nella vita quotidiana dei consumatori, con un ruolo di responsabilità all'interno delle comunità, verso un futuro caratterizzato dalla centralità dell'individuo come fine, mai come mezzo, secondo i principi della società 5.0 che pone al centro di qualsiasi progresso 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".

Dai risultati della ricerca e dal lavoro effettuato negli ultimi mesi dal Club dei Best Brands si può trarre un vero e proprio **decalogo dei valori** che fanno sentire una Marca amica.



Con il patrocinio di  
**UPA**  
UTENTI PUBBLICITÀ ASSOCIATI



1. Marche e consumatori non sono su piani contrapposti, ma procedono fianco a fianco
2. La chiave per il successo sono le persone e non i consumatori
3. La vita di tutti i giorni è il nuovo territorio dei sogni
4. Migliorare il mondo che viviamo è più importante che costruirne uno nuovo con la pubblicità
5. La sostenibilità è un valore condiviso quando si traduce in un vantaggio concreto per i clienti
6. La Marca globale non può non tenere conto della cultura di ciascun territorio cui si rivolge
7. Concretezza e rilevanza contano più della retorica
8. Una Marca amica è sempre disponibile e facilmente accessibile
9. Meglio un no onesto che un sì ruffiano
10. Per una Marca ascoltare è tanto importante quanto parlare

## Best Brands, at a glance

L'Oscar delle Marche, come oggi Best Brands è conosciuto, è diventato un punto di riferimento e un appuntamento atteso per l'industry della comunicazione in tutti i Paesi in cui si svolge. Nato vent'anni fa in Germania per iniziativa di *GfK* e *Serviceplan Group*, si è man mano esteso a Belgio, Francia, Germania e Polonia.

In Italia la prima edizione si è svolta nel 2015 e da allora gode del sostegno ininterrotto dei partner fondatori *RAI Pubblicità*, *24ORE System*, *IGP Decaux*, *ADC Group* e del patrocinio di *UPA*. L'edizione 2023 si è avvalsa del contributo di *Teads*, leader globale nel mercato della pubblicità video outstream, che unisce l'esperienza media degli editori ai dati e alla creatività guidati da AI, "per fornire risultati impattanti sul business degli advertiser".

La ricerca anche quest'anno ha sottoposto a indagine quasi 300 brand secondo l'esclusiva metodologia di Best Brands che coniuga elementi qualitativi e quantitativi, grazie a un algoritmo elaborato da *GfK* e *Serviceplan Group*.



Con il patrocinio di  
**UPA**  
UTENTI PUBBLICITÀ ASSOCIATI



Le classifiche dell'edizione 2023 salgono a cinque: alle quattro storiche graduatorie, Best Product Brand, Best Growth Brand, Best Sustainability Brand e Best Phygital Brand, si è aggiunta Best of the Best, un riconoscimento frutto di un'ulteriore indagine sui consumatori che ha portato a ben 6.000 le interviste condotte da GfK; 1.000 in più rispetto all'edizione 2022 dedicate proprio a individuare fra i primi cinque classificati dei quattro ranking storici, la Marca che si è distinta per la sua capacità di presidiare tutte le aree valoriali oggetto delle quattro classifiche.

Per informazioni è consultabile il sito: [www.best-brands.it](http://www.best-brands.it)



**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](mailto:anita.lissona@leadcom.it) +39 335498993



Con il patrocinio di

