



TRUSTWORTHY  
PRESENCE  
LEADING EDGE  
ENGAGEMENT  
CORPORATE CITIZENSHIP

# THE MOST INFLUENTIAL BRANDS IN ITALIA

Risultati dell'indagine Ipsos 2013



# CHE COSA E' UNA MARCA?

**E' un nome. Un simbolo. Un concetto. Un'esperienza.  
Un modo di vivere. E molto, molto altro.**

La gran parte della nostra vita è "brandizzata". Dall'automobile che si guida, al telefono che si usa, dal caffè che si beve, al pezzo di plastica per pagare tutto questo. Nel mondo onnipresente delle marche, alcune si distinguono dalla massa, perché riescono a creare qualcosa di più di una semplice esperienza e perché riescono a suscitare qualcosa di più di una reazione emotiva. Queste marche hanno Influenza. E in alcuni casi, questa influenza ha davvero cambiato il nostro mondo.

Abbiamo definito e misurato i vari driver dell'Influenza, e in questo documento vi offriamo una overview sulle grandi marche che più influenzano gli italiani.



## DEFINIRE L'INFLUENZA

### Ma che cosa è l'influenza? E come la definiamo e la misuriamo?

Essere influenti significa avere un effetto, un impatto sulla vita delle persone. Le marche più influenti sono parte della nostra vita quotidiana, della nostra routine e, in definitiva, contribuiscono a rendere la vita migliore, più interessante e più significativa. Essere influenti non è un compito facile.

Per essere influenti bisogna essere rilevanti e avere un impatto sul modo in cui le persone vivono. L'Influenza suscita forti reazioni emotive, ispira l'azione, e crea qualcosa con cui le persone si identificano. Le marche più influenti sono importanti nel nostro mondo perché sanno cosa è importante per le persone e riescono dunque a stabilire questa connessione.

## COSA GUIDA L'INFLUENZA

### Studiando l'influenza, abbiamo imparato alcune cose

La lezione più evidente è che l'Influenza è una cosa difficile da raggiungere. Le persone sono sempre più occupate e si rivolgono a molte, molte marche nella loro vita - a volte inconsapevoli di ciò che queste marche siano. Ma poi ci sono quelle che spiccano. Qual è la differenza e cosa porta a questo successo?

C'è un certo numero di fattori che guidano l' influenza. Dal nostro studio, ne abbiamo individuati cinque che hanno il maggiore impatto sull'Influenza - ognuno con le proprie caratteristiche.



# DIMENSIONI DELL' INFLUENZA

## Corporate Citizenship

La gente si aspetta che le marche influenti forniscano qualcosa di più di un semplice prodotto o un servizio. Devono essere parte di qualcosa di più grande. Questo significa giocare la loro parte nella società, nella cura per le persone e il pianeta, e instillare, esprimere e ispirare un insieme di norme e valori. La gente vuole rispecchiarsi nelle marche che scelgono.

## Engagement

Una marca è una relazione e più le persone sono coinvolte in questo rapporto, più sarà forte l'Influenza che la marca avrà nelle loro vite. Nel mondo di oggi, questo significa che la connessione e l'interazione con la marca si realizza in molti modi diversi e non solo nel punto vendita. Le marche influenti sono amate e discusse e la gente vuole sapere di più su di loro.

## Leading Edge

Questo è il 2014, l'età in cui l'innovazione, la tecnologia e le persone sono collegate. Le marche più influenti sono in grado di fare questa connessione. Segnano e definiscono la strada, si distinguono, e sono un esempio da seguire per gli altri. E la gente li ama per questo. Almeno fino a quando arriverà una nuova grande tendenza o innovazione.

## Presence

Per essere influente, devi essere visto, ascoltato e conosciuto. Perché si deve essere visti e quindi conosciuti per essere creduti.

## Trustworthy

E, naturalmente, la pietra angolare di ogni rapporto: la fiducia. Le marche più influenti sono quelle di cui la gente si fida di più. La gente li usa, si fida di loro, e crede in loro. E quando la gente realmente si fida di una marca, presta attenzione a quello che la marca dice ed è disponibile a parlare ad altri della marca.



# IL RANKING ITALIANO

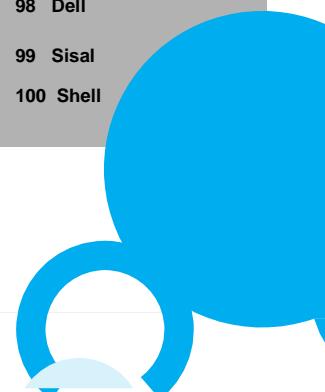
**Abbiamo individuato 100 marche e abbiamo chiesto al pubblico italiano di valutarle e di compararle.**

Per ottenere il punteggio finale, a ogni partecipante all'indagine è stato chiesto di valutare in modo casuale dieci di queste marche, rispondendo "sì" o "no" a una serie di dichiarazioni che definiscono le nostre cinque dimensioni di influenza della marca.

Le risposte ci hanno permesso di individuare quale marche influenzano maggiormente gli italiani. Senza dubbio, voi conoscete tutte queste marche. Probabilmente avete avuto esperienze e contatti con alcune di esse nella scorsa settimana, se non addirittura oggi, o forse anche in questo momento.

## Ipsos Most Influential Brands– Il Ranking

1	Google	26	Decathlon	51	Esselunga	76	Campari
2	Microsoft	27	Procter & Gamble (P&G)	52	IntesaSanPaolo	77	Colgate
3	Samsung	28	Unilever	53	Banca Unicredit	78	Autogrill
4	Facebook	29	Telecom	54	Kellogg's	79	Zara
5	IKEA	30	Sky	55	L'Oréal	80	Pepsi
6	Parmigiano Reggiano	31	Disney	56	Ray-Ban	81	BMW
7	Nutella	32	TIM	57	Heineken	82	Danone
8	Apple	33	SONY	58	Volkswagen	83	IBM
9	eBay	34	Groupon	59	Kraft	84	KIKO
10	Amazon	35	Gillette	60	ENI	85	LG
11	Mulino Bianco	36	LIDL	61	Rana	86	Esso
12	Ferrero	37	American Express	62	San Pellegrino	87	Ford
13	Coop	38	ENEL	63	Ferrari	88	Audi
14	Barilla	39	Mediaset	64	Easyjet	89	Giochi Preziosi
15	Visa	40	Mediaworld	65	Nespresso	90	Pirelli
16	YouTube	41	McDonald's	66	Mercedes	91	Unipol Assicurazioni
17	Vodafone	42	Carrefour	67	Calzedonia	92	Red Bull
18	Kinder	43	Nintendo	68	Fastweb	93	Assicurazioni Generali
19	Coca-Cola	44	Fiat	69	Benetton	94	Armani
20	Nokia	45	Twitter	70	Bayer	95	Starbucks
21	MasterCard	46	Nike	71	Nikon	96	Gucci
22	Poste Italiane	47	Trenitalia	72	BlackBerry	97	Honda
23	Ryanair	48	Nestlé	73	Costa Crociere	98	Dell
24	RAI	49	H&M	74	Sephora	99	Sisal
25	Lavazza	50	Yahoo!	75	Toyota	100	Shell



# BEST PRACTISE

Non è una sorpresa che la nostra valutazione sulle marche più influenti nel 2013 dimostri l'importanza che come persone abbiamo messo su tecnologia, social media e sulla connettività. Molte delle marche più influenti ci permettono di esplorare, imparare, condividere ed essere noi stessi.

**Queste marche hanno lavorato duramente per essere affidabili, per avere una forte presenza, per essere coinvolgenti e all'avanguardia e fanno la loro parte nel mondo.**

Questo richiede visione, impegno, leadership e know-how. Basta guardare le marche che abbiamo presentato qui - leader mondiali che hanno fatto la differenza e continueranno a farla. Raggiungere la vera influenza non arriva durante la notte, e può essere persa rapidamente.

Le marche che creano un collegamento con i consumatori e che li rispettano in quanto persone - non importa quanto grande o piccola sia la marca - sono quelle che hanno il maggior impatto e l'influenza più duratura. Conoscere i propri consumatori è la chiave, perché non si può influenzarli se non si sa chi siano.



# METODOLOGIA

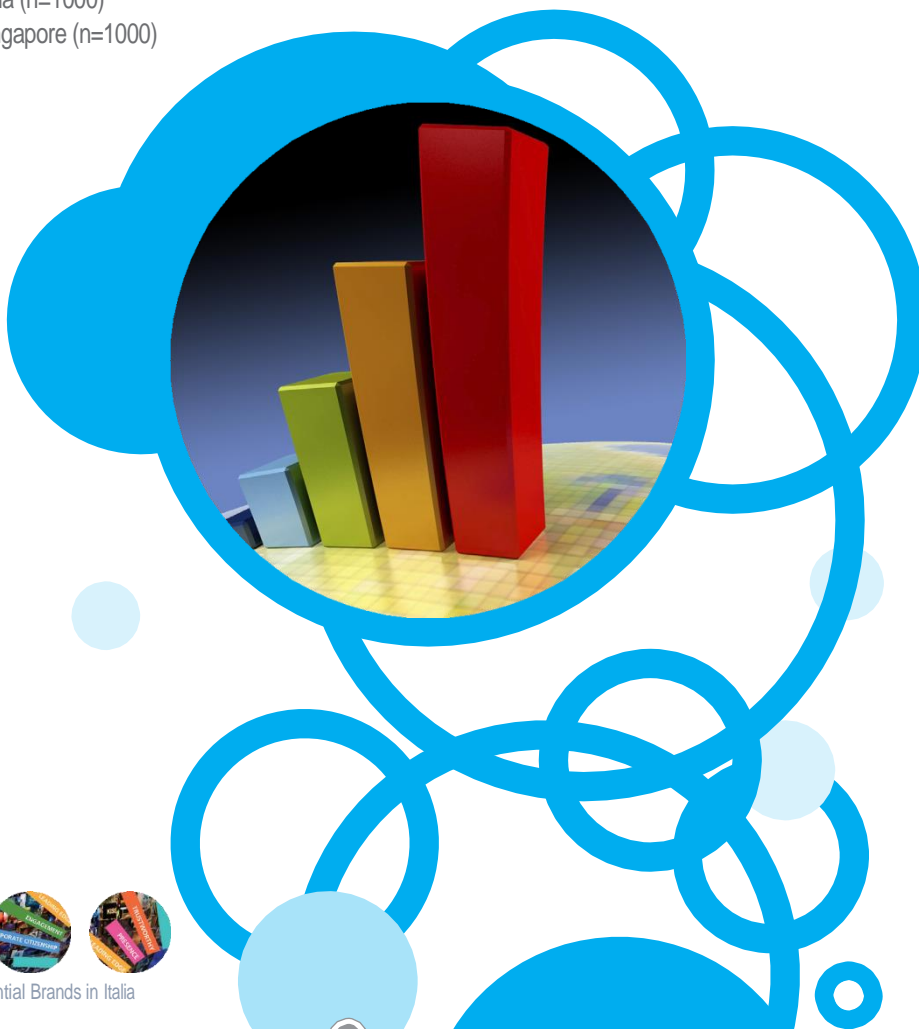
Lo studio "Most Influential Brands" è stato condotto nel dicembre 2013. L'indagine online su 2000 adulti residenti in Italia è stata condotta utilizzando il Panel di Ipsos. I risultati sono basati su un campione ponderato per garantire la rappresentatività della popolazione italiana.

2011 LANCIO: 1° Ipsos Influence Index Study (Ipsos Reid, Canada)

2012 ROLL-OUT: Estensione ad altri 8 mercati (USA, Messico, Brasile, Argentina, Cina, Germania, Francia, UK)

2013 RIPETIZIONE ANNUALE E NUOVA ESTENSIONE (aggiunta nuovi Paesi), 16 Paesi nel 2013:

- Canada (n=5000)
- USA (n=3000)
- Messico (n=1000)
- Brasile (n=1000)
- Argentina (n=1000)
- UK (n=1000)
- Francia (n=1000)
- Germania (n=1000)
- Italia (n=2000)
- Svezia (n=1000)
- Paesi Bassi (n=1000)
- Belgio (n=1000)
- Australia (n=1000)
- Taiwan (n=1000)
- Cina (n=1000)
- Singapore (n=1000)



The Most Influential Brands in Italia

# IPSOS



Ipsos è una società di ricerca di mercato indipendente, controllata e gestita da professionisti della ricerca. Fondata in Francia nel 1975, Ipsos è cresciuta come gruppo di ricerca internazionale, con una forte presenza in tutti i mercati chiave. Nell'ottobre 2011 Ipsos ha completato l'acquisizione di Synovate. La combinazione ha costituito la terza più grande società di ricerche di mercato del mondo.

Con uffici in 85 paesi, Ipsos offre expertise in sei specializzazioni di ricerca: pubblicità, fidelizzazione del cliente, marketing, media, ricerca sugli affari pubblici, e survey management.

Per saperne di più, visiti il nostro sito internet: [www.ipsos.it](http://www.ipsos.it)



Per ulteriori informazioni:

**Andrea Loreti**

Group Director Ipsos Asi

Tel. +39 0236105143

[andrea.lorete@ipsos.com](mailto:andrea.lorete@ipsos.com)

**Nikos Kotoulas**

Business Development Director

Tel. +39 0236105240

[nikos.kotoulas@ipsos.com](mailto:nikos.kotoulas@ipsos.com)



The Most Influential Brands in Italia

Copyright ©2014 Ipsos. All rights reserved.