

BEST BRANDS

2024





UNITED GENERATIONS OF BEST BRANDS

10 GENNAIO 2024



Alcuni dati sulle generazioni

8

MILIARDI
DI PERSONE
SUL PIANETA

7

GENERAZIONI
SUL PIANETA

5

GENERAZIONI
SUL LAVORO



Dalla multidimensionalità alla multigenerazionalità

66

È possibile rispecchiare
l'evoluzione generazionale
senza perdere l'unicità
e l'identità del brand?

99

Domanda posta alle marche, Best Brands Club 2023



Best Brands diventa uno Stato. E ha la sua bandiera.

A nove anni dalla prima edizione, Best Brands si presenta come uno Stato a tutti gli effetti. La sua bandiera chiama a raccolta le generazioni del pianeta, per invitare i Brand a vincere la sfida della rigenerazione e della rilevanza della propria comunicazione.



**UNITED GENERATIONS
OF BEST BRANDS**



Il Manifesto delle generazioni

Pagina intera su

Il Sole **24 ORE**

BEST BRANDS 2024
INTERNATIONAL INDEPENDENT RANKING
20 MARZO 2024 - SU INVITO

Si dice che, nella nostra specie, il tempo necessario affinché la generazione più giovane diventi quella più vecchia sia di circa trent'anni: Erodoto disse che un secolo potrebbe essere pensato come l'equivalente di tre generazioni.

La teoria generazionale, per cui le nuove generazioni portano nel mondo nuovi modi di pensare o l'impronta degli eventi storici vissuti procurando l'obsolescenza dei modelli precedenti, tende oggi a essere rivalutata a favore di un'analisi più sfumata dei fattori che modellano i cambiamenti a lungo termine negli atteggiamenti e nei comportamenti, compresi quelli di acquisto.

Sempre più Marche sono oggi impegnate in una sfida avvincente: riaggiornare il loro capitale tecnologico, culturale e umano per vincere la sfida della rigenerazione e della rilevanza della propria comunicazione intercettando tendenze comuni all'interno di una audience più ampia e generale.

In questa nuova edizione, Best Brands rivolge una riflessione a generazioni unificate per favorire la discussione su ciò che ci unisce sotto una bandiera comune, quella delle

UNITED GENERATIONS OF BEST BRANDS

PARTNER SOSTENITORI
SERVICEPLAN GROUP HOUSE OF COMMUNICATION | Rai Pubblicità | GSK | IGPDecaux | 24ORE SYSTEM | ADC | COMMUNITY

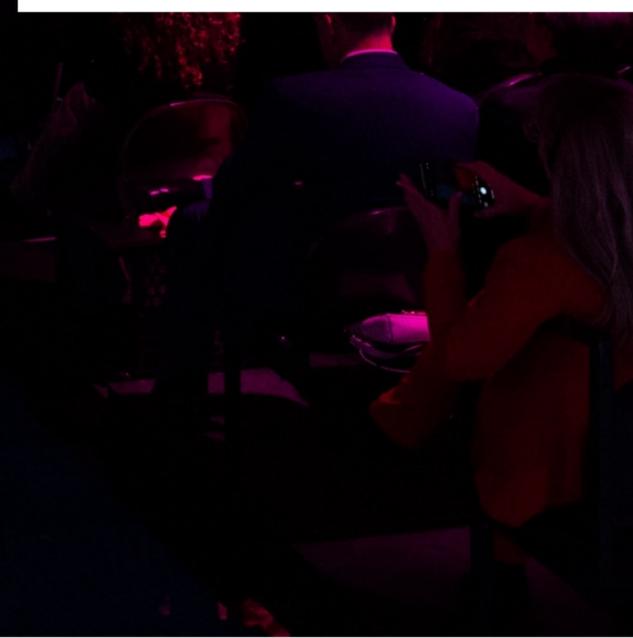
PARTNER INNOVATION | **GALA DINNER HOST** | **SPONSOR TECNICI** | **CON IL PATROCINIO DI**

Teads | ARMANDO | AS | MANEPRO | 3M | NEVEREST | FEDRIGONI | ALTHEA | UPA UTENTI PUBBLICITÀ ASSOCIATI



International independent ranking

- Best Brands nasce in Germania 20 anni fa da una idea di GfK e Serviceplan Group.
- È una ricerca obiettiva che analizza la forza economica ed emotiva delle marche, dove a giudicare sono i consumatori.
- È presente in diversi paesi europei e in Italia è alla nona edizione.





I Partner di Best Brands in Italia

BEST BRANDS 2024 - CONFERENZA STAMPA

SERVICEPLAN GROUP
HOUSE OF COMMUNICATION 

Rai Pubblicità

GfK An NIQ Company

IGPDecaux
comunicazione esterna

24ORE
SYSTEM

ADC  group

COMMUNITY | PART OF
REPUTATION ADVISERS | **EXCELLERA**
ADVISORY GROUP

UPA
UTENTI PUBBLICITÀ ASSOCIATI

10.01.2024



BEST BRANDS 2024 - CONFERENZA STAMPA

10.01.2024



COMMUNITY
REPUTATION ADVISERS

PART OF
EXCELLERA
ADVISORY GROUP





Best Brands

Un percorso di studio della marca



Un percorso di studio della marca

Best Brands

Evento 20 marzo 2024
per la presentazione
dei risultati della ricerca



Un percorso di studio della marca

Best Brands

Evento 20 marzo 2024
per la presentazione
dei risultati della ricerca

Best Brands Club

Il think tank sulla marca

(Rai Pubblicità e 24 ORE System)



Best Brands Club: gli ultimi 3 anni

12
WORKSHOP

20

BEST BRANDS AL LAVORO

4

LOCATION

- MUDEC
- GFK
- SERVICEPLAN GROUP
- IL SOLE 24 ORE

2 SUPPORTER

Rai Pubblicità

24ORE
SYSTEM

+ IL PATROCINIO DI

UPA

UTENTI PUBBLICITÀ ASSOCIATI

40

PROFESSIONISTI ED ESPERTI DI BRAND BUILDING

14

SPEECH A SUPPORTO DELLE DISCUSSIONI



Un percorso di studio della marca





BEST BRANDS 2024 - CONFERENZA STAMPA

10.01.2024

6 maggio 2024

Presentazione
Libro Tre
al MUDEC





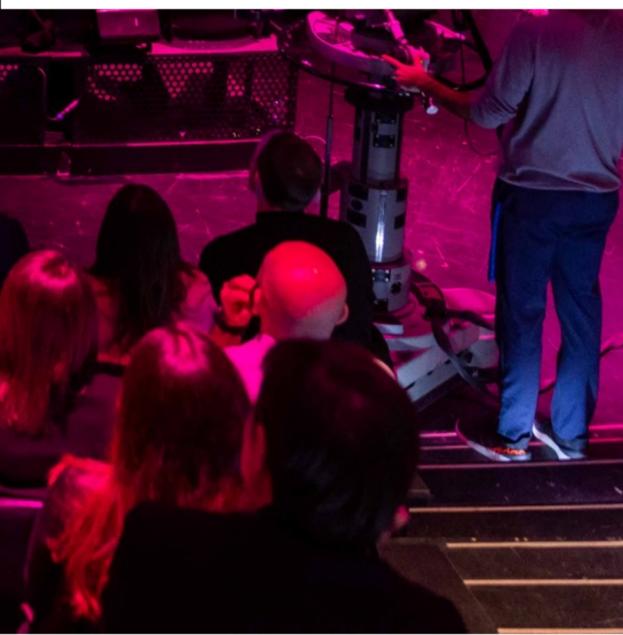
Best Brands 2024



20 marzo 2024

Studi Rai di Milano

Presentazione dei
dati della ricerca





Nicola Palmarini

*Direttore di UK's National
Innovation Centre for Ageing*

Nicola Palmarini ha accompagnato il lavoro del Club dei Best Brands come Expertise Partner e durante la serata del 20 marzo racconterà il suo punto di vista sulla Longevity Economy, sulla coesistenza di sempre più generazioni e sul fenomeno della Intergenerazionalità.





Innovation Award

Assegno di

€120.000

di spazi pubblicitari
Teads, 24 ORE System
e IGPDecaux



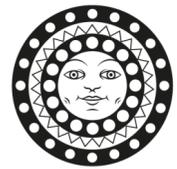


Sponsor

INNOVATION PARTNER

Teads

GALA DINNER HOST



ARMANDO

SPONSOR TECNICI



NEVEREST



FEDRIGONI



ALTHEA
G R A F I C H E



BEST BRANDS 2024 - CONFERENZA STAMPA

10.01.2024



20 marzo 2024

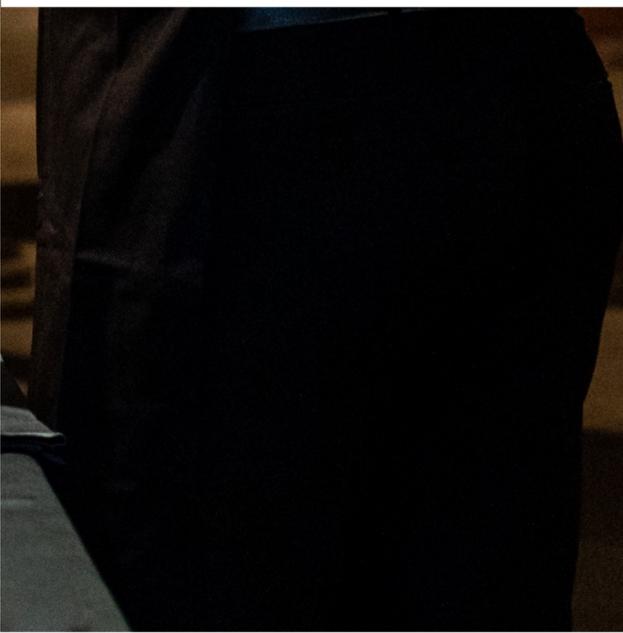
Officine del Volo

Cena di gala

GALA DINNER HOST



ARMANDO





Ricerca e metodologia

2024

Best Product Brand

Best Service Brand

Best Growth Brand

Best Momentum Brand

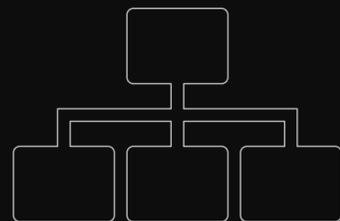
Best Generation Brand



Edizione 2024 - 5.000 interviste - 15.000 valutazioni

in single source per tutte le classifiche

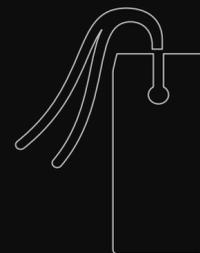
50



CATEGORIE

[Marche principali della categoria - soglia minima 5%]

300

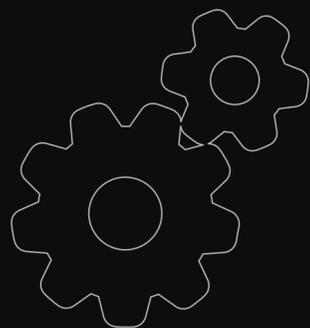


BRAND IN TEST

5.000

INTERVISTATI

Rappresentativi della popolazione italiana (ogni intervistato valuta 3 categorie per un totale di circa 15.000 valutazioni)



RILEVAZIONE:

Novembre-Dicembre 2023
GfK Panel Dialogatore



FONTI DATI DI MERCATO:

GfK Sinottica, GfK Consumer Panel,
GfK Retail & Technology Panel.



Edizione 2024 - Le classifiche

BEST PRODUCT BRAND

Share of Market

Share of Soul

BEST SERVICE BRAND

Share of Market

Share of Soul

BEST GROWTH BRAND

Variazione Market Share

Variazione Brand performance

BEST MOMENTUM BRAND

Market Share
(pre-requisito)

Capacità di risposta a 8 temi/sfide del prossimo futuro

BEST GENERATION BRAND

Market Share
(pre-requisito)

Capacità di parlare agli individui di ogni età



Best Product Brand: il modello

Premia i migliori brand prodotto, valutandoli in base ad indicatori sia oggettivi sia emozionali.

È basata su:



SHARE OF SOUL

*Brand awareness
Brand Relationship
Brand Experience
Cross selling potential*



SHARE OF CHOICE

*Market Share a valore
Price Premiumness
Customer Binding
(in base a frequenza di acquisto)*

Best Product*

**IL MIGLIOR BRAND
PRODOTTO**

* Media dei punteggi sulle due dimensioni



Best Service Brand: il modello

Premia i migliori brand di servizi, valutandoli in base ad indicatori sia oggettivi sia emozionali.

È basata su:



SHARE OF SOUL

*Brand awareness
Brand Relationship
Brand Experience
Cross selling potential*



SHARE OF CHOICE

*Market Share a valore
Price Premiumness
Customer Binding
(in base a frequenza di acquisto)*

Best Service*

**IL MIGLIOR BRAND
SERVIZIO**

* Media dei punteggi sulle due dimensioni



Best Growth Brand: il modello

Premia le marche che hanno registrato la maggior crescita anno su anno, sia in termini oggettivi che in termini emozionali.

È basata su:



EMOTIONAL CONNECTION

Crescita di Brand Relationship



MARKET SHARE

Crescita di quota di mercato a valore

Best Growth Brand*
LA MAGGIOR CRESCITA

* Media delle variazioni sulle due dimensioni, normalizzate includendo i brand con almeno una variazione positiva su una delle dimensioni



Best Momentum Brand: il modello

Premia le marche maggiormente in grado di presidiare i temi del prossimo futuro rispondendo a 8 sfide emergenti (11 item per declinare gli ambiti di performance sui diversi filoni).

È basata su:



FUTURE PERFORMANCE

Digitalizzazione e Tecnologia
Sostenibilità e Responsabilità Sociale
Customer Experience e Personalizzazione
Capacità di visione
Cybersecurity e Protezione dei Dati
Cultura Aziendale e Benessere dei Dipendenti
Ricerca e Sviluppo
Comunicazione e Trasparenza



DIMENSIONE DELLA MARCA

Quota di mercato a valore
Utilizzata come soglia minima di entrata ($\geq 5\%$)

Best Momentum Brand

LA MIGLIOR PERFORMANCE SUI TEMI
EMERGENTI DEL PROSSIMO FUTURO



Best Generation Brand: il modello

Premia le marche maggiormente in grado di parlare a tutte le generazioni.

È basata su:



PERFORMANCE

*Capacità di parlare
agli individui di ogni età*

*DOMANDA AUTORIFERITA CHE VERRÀ
ANALIZZATA SUI CLUSTER GENERAZIONALI*



DIMENSIONE DELLA MARCA

Quota di mercato a valore
Utilizzata come soglia minima di entrata ($\geq 5\%$)

Best Generation Brand
IL BRAND PIÙ «MULTIGENERAZIONALE»

**BEST
THANKS**

