

COS'È BRANDZ TOP 30 MOST VALUABLE ITALIAN BRANDS 2019

[BrandZ](#) è lo studio commissionato da WPP che Kantar effettua a livello mondiale ormai da 13 anni.

Si tratta di uno studio sulla Brand Equity e la valutazione del Brand volto ad evidenziare la forza dell'asset intangibile "marca" nel produrre crescita e valore finanziario. La metodologia, unica nel suo genere, rispecchia quella usata per calcolare il ranking annuale BrandZ Top 100 Most Valuable Global Brands (qui trova il [Report sui Top 100 Brand a livello Globale](#))

Combina **rigorose analisi finanziarie** effettuate sulla base dei dati ufficiali pubblicati da Bloomberg, con la **valutazione della Brand Contribution da parte dei consumatori**, offrendo un database con opinioni di più di 3.6 milioni di consumatori nel mondo, che hanno espresso il loro pensiero su più di 122.000 differenti brand in più di 50 mercati – incluse le opinioni di più di 60.000 consumatori italiani su 800 brand in più di 50 categorie.

La capacità di ogni brand di sostenere e generare crescita di business dipende da come questo è percepito dai consumatori. Unico ranking di valutazione del Brand basato su opinioni dei consumatori, l'analisi di BrandZ permette ai Brand italiani di identificare le loro aree di forza ed offre chiare indicazioni strategiche su come incrementare il valore nel lungo termine.

Il **database di BrandZ** raccoglie in Italia, le percezioni dei consumatori su più di 800 brand, dal 2006 (più di 60.000 interviste) e costituisce una fonte di insight sul Brand e sulle caratteristiche olistiche che questo presenta (e/o dovrebbe presentare) per rimanere in salute, costruendo distintività e brand equity.

In questa seconda edizione, sono state accuratamente selezionate **categorie** direttamente rivolte al consumatore finale di diversa natura, dalle auto ai fornitori di energia, dal beverage al lusso, dal food al finance.

I criteri di eleggibilità per il Brand sono i seguenti:

- Il brand è nato in Italia, da un'azienda in origine italiana
- Il brand è posseduto da un'azienda quotata o che rende disponibili dati finanziari per il pubblico dominio.

Questo approccio ha prodotto un ranking di brand per 14 categorie.

I risultati dello studio sono raccolti in un **Report** (a questo link il [Report 2018](#)) che analizza i **Top 30 Brand di maggior successo in Italia e nel mondo** e le caratteristiche che presentano appunto i Brand che sono riusciti a convertire la forza dell'asset intangibile più rilevante, il Brand, in valore economico finanziario.

Gli esempi raccolti evidenziano che i Brand maggiormente vitali e dinamici, che comunicano la loro "mission" in modo preciso e costruiscono chiara distintività nella mente del

consumatore, presentano valore finanziario più elevato e sono testimoni di successo economico.

La **suite di BrandZ** è disponibile anche per i seguenti Paesi: Cina, India, Indonesia, America Latina, Argentina, Brasile, Cile, Colombia, Messico, Perù, Spagna, Regno Unito, Stati Uniti, Francia, Germania, Paesi Bassi, Australia, Sud Africa e ranking Globale.

Ulteriori informazioni e i ranking a questo [link](#).

###