

FutureBrand

Made In

Forza e ruolo del 'Made In' in un mondo globale

Roma, 25 Settembre 2014

*The
creative
future
company.*



Oggi

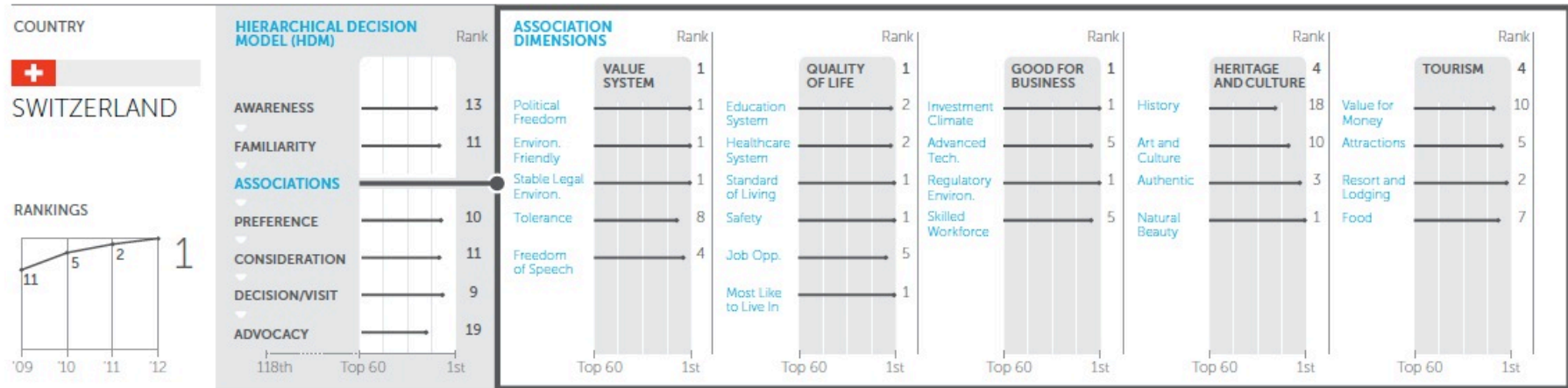
1. *Country Brand Index vs Made In*
2. *Made In: significato, ruolo e valore*
3. *Considerazioni*

Analisi

CBI 2012/2013: i primi 25 “Brand-Paese”



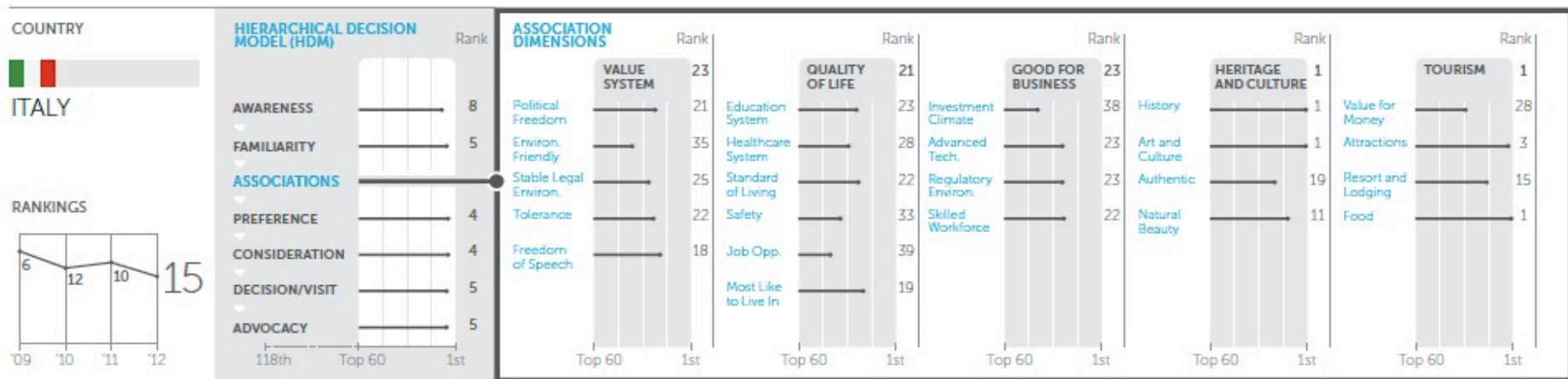
Che cosa c'è dietro la classifica



Country Brand Index 2012-13

© FutureBrand, All Rights Reserved

11

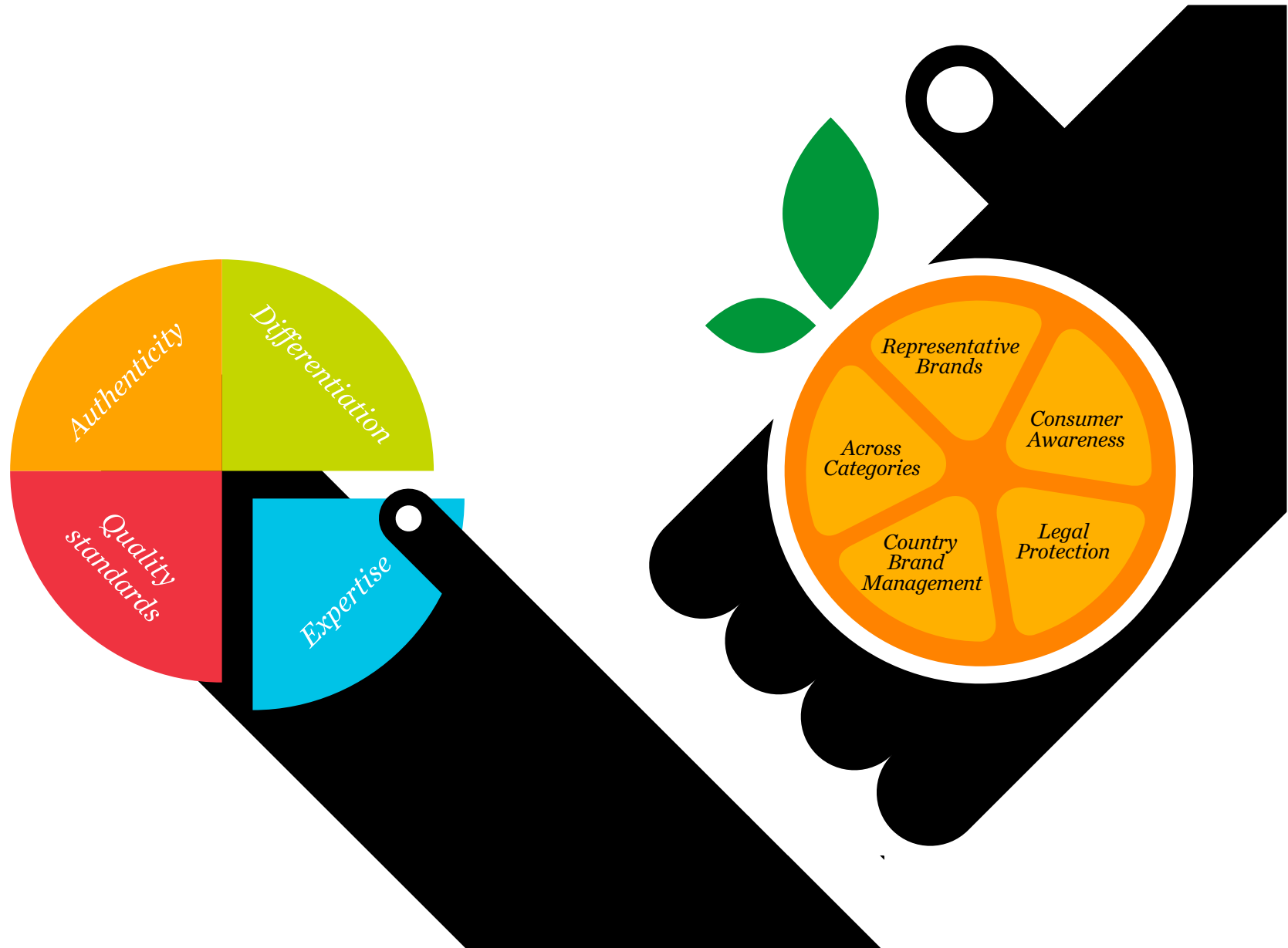


Country Brand Index 2012-13

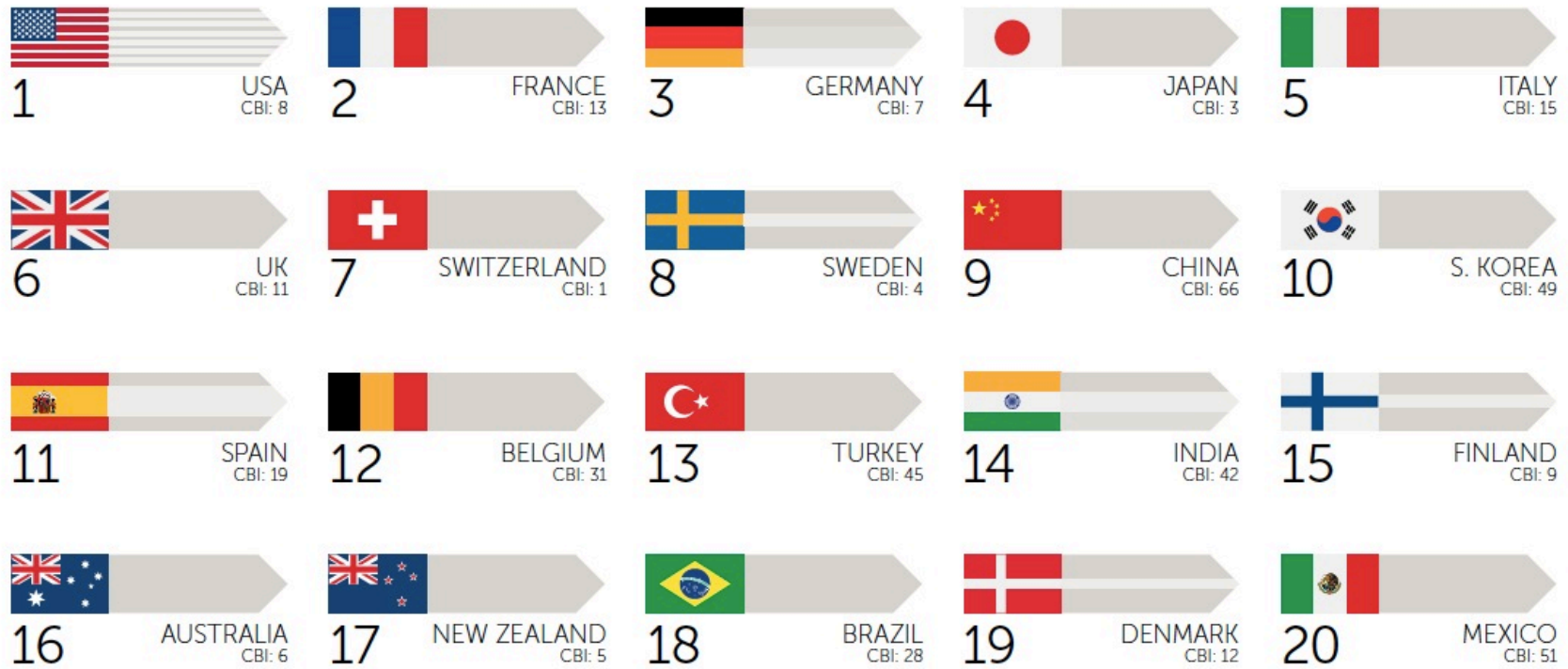
© FutureBrand, All Rights Reserved

25

Che cosa rende forte un brand Made In?

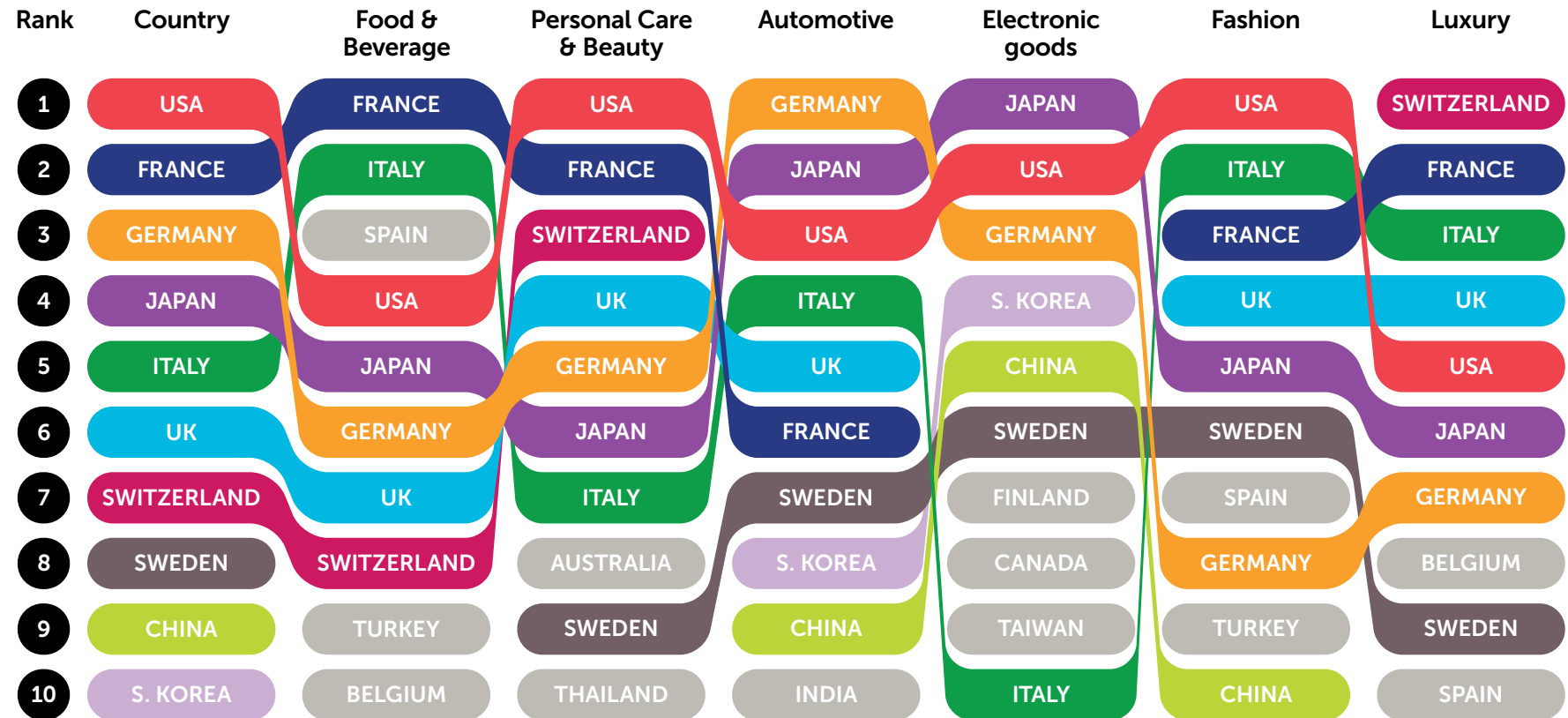


I primi 20 Paese d'Origine secondo la classifica "Made In"



* The CBI rankings are as of 2012-13

La posizione dell'Italia e della Svizzera nelle diverse categorie di business



L'influenza del Made In

La frequenza con cui i consumatori guardano all'etichetta "Made In" nel:

Lusso – 66%: tanto più un prodotto è costoso, quanto più il 'Made In' acquista rilevanza

Automotive – 66%

Food & Beverage – 55%

Fashion – 47%

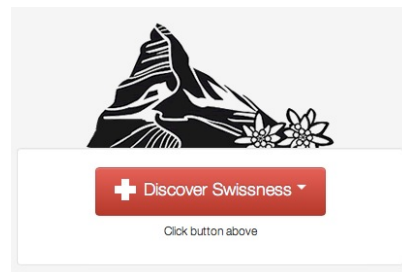
Elettronica di consumo – 44%

Personal Care & Beauty – 38%

Principali evidenze

- 1. L'origine è un dato rilevante per i consumatori:** l'indicazione di 'Paese di Origine', 'Paese di Ideazione' e 'Paese di Produzione' occupano rispettivamente la 2^a, 3^a 4^a posizione nella classifica dei fattori chiave che influenzano la scelta dei consumatori.
- 2. La definizione di Paese di Origine si fa più vincolante.** Oggi, le aziende devono essere fisicamente presenti nel Paese di Origine, il design o i brevetti devono essere frutto di talenti locali, il marchio deve disporre di impianti di produzione o parte di processi produttivi nel Paese di Origine.
- 3. La reputazione di un Paese di Origine risulta più forte se eccelle in più categorie.**
- 4. I Brand di successo contribuiscono a rafforzare il percepito dei Paesi da cui originano**

Dagli aspetti legali a quelli associativi, la storia e oltre



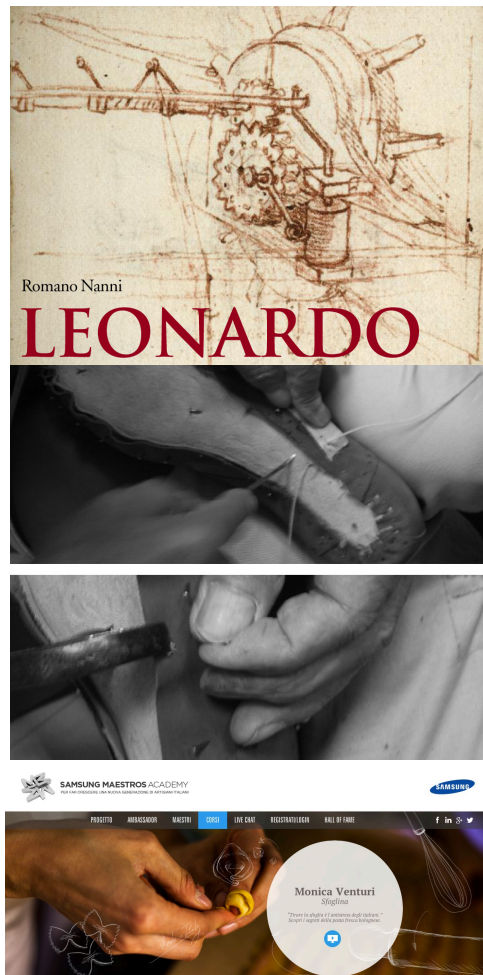
Considerazioni

Alcune considerazioni

- Importanza, se con ruolo e sostanza, di un **marchio legale**
- **Collaborazione** tra amministrazione pubblica e settore privato
- **Svizzera**
esclusività
precisione
qualità
affidabilità
- **Italia**
(life)style
creatività
artigianalità
storia

Alcune considerazioni

- **Storytelling:** autenticità vitale in Italia, cross-category in Svizzera





Contrari famosi: teoria e pratica
Popular opposites: theory and practice

Grazie!