

il Giornale
del Piemonte

MARKETING DI SUCCESSO

Il miglior Piemonte premiato per come «vende» il marchio

Assegnati i Superbrands Award: è incetta per Ferrero e Martini, ma sono solo i capofila

MASSIMILIANO SCIULLO

C'è tanto Piemonte tra le migliori imprese che - grazie al loro marchio - si riescono a distinguere nell'universo di offerte, prodotti, spot e concorrenti rappresentato dalla globalità. La conferma è arrivata dalla consegna dei premi che Superbrands (pubblicazione considerata la «Bibbia» del business, per quanto riguarda il marketing) ha assegnato alle migliori aziende selezionate a partire da un gruppo di oltre 500 prodotti presenti sul mercato.

Quattro gli *awards* consegnati. Di questi, due sono finiti in mani «piemontesi». Si tratta del premio per l'«Eccellenza all'innovazione», andato alla Ferrero per il prodotto Grand Soleil e del premio «Eccellenza internazionale», andato alla Martini & Rossi per il Martini. Una porzione di Piemonte, in realtà, resiste anche all'interno del premio «Eccellenza tecnologica», andato alla Philips, multinazionale olandese che ha rilevato da qualche anno uno stabilimento significativo nel Torinese come la Ilti Luce, considerata leader nelle tecnologie luminose led per l'architettura d'interni. Il quarto premio è andato

alla Mercedes Benz, per l'«Eccellenza modernità e stile».

Ma accanto agli alti dirigenti che hanno ritirato di persona i trofei voluti da Superbrands, la sfilata delle aziende piemontesi che dimostrano di sapersi promuovere al meglio attraverso l'uso del marchio prosegue tra le pagine del nuovo volume le-

POSTO AL SOLE La nuova pubblicazione inserisce anche Lancia e Paglieri all'interno della «top 16»

gato al settore «Consumers», arrivato alla sua quarta edizione. Una pubblicazione legata per l'occasione ai 150 anni dell'Unità d'Italia, che segnala al suo interno i 16 marchi-prodotto che rappresentano in questo momento il meglio, a giudizio della giuria scelta da Superbrands, dove sono coinvolte sia la Facoltà di Economia dell'Università di Torino che i colleghi di Milano Bicocca. Così, scorrendo i nomi che si affiancano alle quattro aziende che hanno ritirato il premio vero e proprio, spiccano anche altre «forme di piemontesità» come Lancia, del gruppo Fiat, ma anche la Paglieri di Alessandria

(che raccoglie sotto le proprie insegne prodotti noti come Felce Azzurra e Cleo). Nei top 16, inoltre, la stessa Ferrero si è ritagliata altre due posizioni di riguardo grazie ad altri prodotti ormai noti al grande pubblico: il Ferrero Rocher e l'ormai istituzionale Nutella.

Insomma, 6 su 16: una percentuale importante, se si prende in considerazione l'élite arrivata all'ultima fase della selezione. Non un predominio assoluto, visto che Milano e dintorni si assicurano altre sei posizioni, tra 3M, Birra Moretti, la stessa Philips (con la sua sede di Monza), Radio Italia, Re/Max e Sanpellegrino. I tre posti restanti vanno ad Alitalia (Roma), Asdomar (Genova) e Doimo Cityline (provincia di Treviso).

Il gruppo inglese Superbrands, presente dal 1994 ad oggi in 87 Paesi nel mondo, dopo le esperienze effettuate nel resto d'Europa e dopo il riconoscimento di «Independent Authority on Branding» (autorità indipendente per il marchio) ottenuto nel Regno Unito, è sbarcato in Italia nel 2003 mettendo a disposizione il know-how del suo network per valorizzare la conoscenza e l'informazione dei marchi più importanti presenti sul territorio nazionale.