

## FERRARI TRA I CINQUE MARCHI PIU' "AUTENTICAMENTE" ITALIANI

Secondo la ricerca "Authentic Brands 2016", che da quattro anni l'agenzia globale di comunicazione Cohn & Wolfe stila prendendo in considerazione oltre 1.600 brand a livello mondiale, Ferrari è risultata essere tra i primi cinque marchi italiani che sono considerati "autentici" dai 12.000 consumatori interpellati in tutto il mondo. La classifica annuale "Authentic 100" tiene conto di tre precisi parametri che sono la chiave per considerare "autentico" un marchio. Il primo elemento è l'affidabilità, ovvero la considerazione da parte dei consumatori rispetto a un brand di "mantenere le promesse". Secondo fattore è la "rispettabilità" che viene trasmessa dal marchio quando "tratta bene i clienti e protegge i loro dati e la loro privacy". Infine, ultimo elemento chiave utilizzato per determinare l'autenticità di un brand è l'essere "vero", che si ottiene "comunicando con onestà" e "agendo con integrità". La casa di Maranello è risultata essere la migliore, rispetto agli altri quattro brand italiani (Barilla, Illy, Ferrero e Coop) per quanto riguarda l'affidabilità e la rispettabilità. A livello italiano, il settore "Automotive" è risultato al terzo posto per "autenticità" sui 18 presi in esame, mentre si piazza al secondo posto nel fattore "affidabilità" alle spalle dell'industria del "lusso".