

Marchi mondiali più influenti, l'Italia c'è ma solo con il cibo

Il fatto che gli unici marchi italiani presenti nella top ten di quelle più influenti operino nell'agroalimentare conferma il primato enogastronomico del Made in Italy. È quanto afferma la Coldiretti nel commentare il risultato dell'indagine "The Most Influential Brands" realizzata da Ipsos in 21 Paesi per comprendere l'impatto delle marche sulla nostra vita quotidiana che nella classifica italiana vede riconosciuti come brand più influenti, nell'ordine: Google, Amazon, Facebook, Samsung, Nutella, Microsoft, eBay, Apple, Parmigiano Reggiano, Youtube.

Il successo del cibo italiano è sostenuto dal record delle esportazioni che hanno raggiunto nel 2015 il massimo storico di 36,9 miliardi con un aumento del 79% nell'arco dei 10 anni. Ma gli alimentari sono anche il primo obiettivo di spesa dei turisti che in più di sei casi su dieci durante le vacanze in Italia fanno shopping di cibo. I

I food shopping riguarda ben il 62% degli stranieri e batte nettamente negli acquisti i tradizionali souvenir (50%), l'abbigliamento (48%) e l'artigianato (25%), secondo le elaborazioni Coldiretti sullo studio "In viaggio attraverso l'Italia".