



Economia - Report Cps Gfk: Mulino Bianco è il marchio più amato dagli italiani tra i beni di largo consumo

Roma - 11 lug 2024 (Prima Pagina News) Il Brand Footprint Europe Report 2024 di Cps Gfk svela quali sono i primi 10 marchi di beni di largo consumo scelti con più frequenza in Italia. Mulino

Bianco si posiziona al primo posto della classifica in Italia, davanti a Kinder e Coca-Cola.

Mulino Bianco è il marchio più scelto dagli acquirenti italiani tra i beni di largo consumo, occupando il primo posto davanti al brand del cioccolato Kinder e al gigante delle bibite Coca-Cola. Lo rivela il rapporto “Brand Footprint Europe Report 2024” di Cps Gfk, la società recentemente acquisita da YouGov, in collaborazione con Kantar Worldpanel. Il rapporto, che si basa sui dati raccolti tra novembre 2022 e la fine di ottobre 2023, evidenzia quali sono i marchi meglio performanti grazie al criterio dei “Consumer Reach Points” che rivelano la “forza” di un marchio in base al coinvolgimento dei consumatori su tre variabili: popolazione di famiglie, penetrazione (percentuale di famiglie che acquistano un determinato marchio) e scelta del consumatore (frequenza di acquisto di un determinato marchio). Esaminando fattori quali la penetrazione e la frequenza di acquisto, CPS GfK fornisce una panoramica completa dei marchi che hanno efficacemente conquistato i panieri di consumo degli acquirenti in tutto il continente. Inoltre, il rapporto svela interessanti tendenze regionali, mostrando come le preferenze dei consumatori possano variare nei diversi Paesi europei. Dall’alimentazione alla salute e alla bellezza, le classifiche offrono una comprensione ricca di sfumature riguardo ai marchi che hanno maggiore riscontro presso il pubblico locale. “Questi risultati sono per noi motivo di orgoglio – commenta Laura Signorelli, Brand Equity & Communication Mulino Bianco – e rappresentano un riconoscimento a tutto la passione che mettiamo ogni giorno nel portare i nostri prodotti, protagonisti della colazione, nelle case degli italiani. Un impegno a cui la marca ha tenuto fede in tutti questi anni. La nostra ambizione è quella di garantire qualità, gusto, scelte sostenibili e costante innovazione per rispondere ai bisogni delle persone”.

(Prima Pagina News) Giovedì 11 Luglio 2024