

La migliore immagine corporate? I neolaureati italiani premiano Bayer, Coca Cola e Microsoft

I dati emergono dalla Best Corporate Brand 2007, una ricerca sociodemografica – promossa da Cesop Communication e realizzata da Ipostat che misura la percezione relativa alla gestione dell'immagine delle aziende.

03/07/2008, [Corporate](#), [Commenti](#)



E' di [Bayer](#) la miglior immagine corporate del 2007. Seguono Coca Cola e Microsoft. A decretarlo i neolaureati italiani.

Il Best Corporate Brand è risultato di una ricerca sociodemografica – promossa da Cesop Communication e realizzata da Ipostat, una società di ricerca indipendente – ed è il ranking che misura la percezione relativa alla gestione dell'immagine delle aziende. E' stato chiesto a un campione rappresentativo dei neolaureati di esprimere le proprie preferenze scegliendo tra le 116 maggiori aziende che operano in Italia nei principali settori (agroalimentare- largo consumo, consulenza e servizi, industriale-manifatturiero, media e comunicazione, finanziario assicurativo, grande distribuzione, chimico farmaceutico biomedicale, IT).

Bayer è risultata Best Corporate Brand nel 2007. "Il risultato di Bayer – spiega Savio Zagaria, presidente di Cesop Communication – conferma che la forza del corporate brand può prevalere su quella dei product brand. L'immagine corporate è il frutto di strategie comunicative complesse che investono la sfera del marketing e delle relazioni pubbliche e che possono prevedere anche iniziative di impegno sociale: è il caso del progetto "Fai Volare La Tua Mente" per promuovere la scienza tra i giovani. Un altro esempio è il progetto "Fast on Track, NOT on Road!", una campagna di comunicazione sociale per diffondere tra i giovani la cultura di una guida responsabile, e infine altri progetti che promuovono valori della crescita culturale e scientifica o la tutela dei capolavori ereditati dalle civiltà del passato".

"Guadagnando il secondo e terzo posto in classifica, Coca Cola e Microsoft confermano il felice connubio tra corporate brand e product brand. – prosegue Zagaria – Coca Cola, da un lato, ha una posizione coerente con la forza del suo prodotto principe e con il particolare appeal che questo brand ha su i giovani. Le campagne pubblicitarie "massive" hanno oltremodo consolidato il risultato degli sforzi sostenuti dalla multinazionale americana. Bill Gates e la sua Microsoft, dall'altro, non deludono non solo grazie alla forza del suo prodotto universalmente usato ma anche grazie all'impegno di Bill Gates in importanti progetti di solidarietà".

La Ricerca, [Recent Graduate Survey](#) che ha dato vita alla classifica Best Corporate Brand, considera un campione rappresentativo della situazione nazionale; esso, infatti, ridisegna su 2.500 casi le distribuzioni di tutti i neolaureati italiani per sesso, area geografica e tipologia di laurea, rispettando le proporzioni espresse nei dati ufficiali del Ministero dell'Università e della Ricerca. Il campione è composto da neolaureati provenienti da tutta Italia, con una prevalenza di ragazzi residenti al Nord. Sono principalmente giovani, con meno di 26 anni, con tipologie di laurea sia del nuovo che del vecchio ordinamento.

Gli intervistati hanno espresso la loro percezione dell'immagine aziendale. "La "percezione" – sottolinea Zagaria – non è verità oggettiva ma qualcosa di più importate per noi perché è verità vissuta.

Cesop Communication S.r.l., è una società di consulenza nel settore delle risorse umane che dal 1990 affianca molte delle più prestigiose aziende italiane e internazionali nello sviluppo di strategie di Employer Branding.

Documenti

[Classifica_Best_Corporate_Brand_2007.pdf](#).