

La reputazione influenza i comportamenti d'acquisto e i comportamenti d'acquistano portano ai risultati di business. Questa è la filosofia che sta dietro al Reputation Institute, un ente privato americano che ha pubblicato l'elenco delle 100 aziende con la migliore reputazione al mondo. Google, Apple, Walt Disney, Bmw e Lego sono ai primi posti tra le aziende da cui i consumatori acquistano volentieri perché si fidano, le rispettano e le ammirano.

Quattro sono invece i produttori di pneumatici in classifica: al 18esimo posto Michelin, seguita da Goodyear al 21esimo, Pirelli al 31esimo e Bridgestone al 36esimo.

Gli altri due marchi italiani, oltre a Pirelli, presenti nell'elenco sono Ferrero, che si trova al 22esimo posto e Barilla al 52esimo.

L'indagine è stata condotta intervistando 47.000 consumatori di 15 paesi a cui veniva chiesto di esprimersi su un panel composto dalle 100 principali aziende a livello globale. "Maggiore è la reputazione di una società, maggiore è la possibilità di guadagnarsi il sostegno da parte dei consumatori, migliore è la performance operativa, maggiori sono le possibilità che gli investitori siano disposti a pagare più soldi per le azioni", ha dichiarato Charles Fombrun, presidente del Reputation Institute.

© riproduzione riservata
pubblicato il 16 / 06 / 2011