



TESTATA: **Il Giornale**

GIORNO: 31 Dicembre 2010

PAGINA: 18

rassegna stampa

L'ULTIMO SONDAGGIO

I marchi che hanno sconvolto il mondo? Apple, Ryanair e Nescafé

Per gli italiani a segnare il decennio che sta per finire sono state le nuove tecnologie e il low cost. E un antico piacere

Vincenzo Pricolo

■ Tecnologia *über alles*, grazie alla «Mela», ma anche viaggi a basso costo e nuove interpretazioni di piccoli piaceri alimentari. Il podio delle innovazioni che secondo gli italiani hanno rivoluzionato il primo decennio del XXI secolo è occupato nell'ordine da Apple, Ryanair e Nescafé. Questo è in estrema sintesi il risultato dello studio condotto da Meta Comunicazione attraverso il monitoraggio di 500 fra siti e blog e dei principali social network sondare il giudizio degli italiani sui «marchi» che hanno inciso maggiormente sulla vita quotidiana. Dal quarto al decimo posto della classifica troviamo Facebook, Wikipedia, H&M, Redbull, Tivoli Audio, Sky e Smart.

Insomma, dall'alimentazione alla tecnologia passando per il divertimento, l'informazione, le relazioni sociali e la mobilità, il tanto temuto terzo millennio (che sembra iniziato secoli fa), ha portato nella vita degli italiani, quantomeno di quelli che usano abitualmente internet, un cambiamento che investe quasi tutti gli aspetti della quotidianità. E anche la speranza che l'innovazione

non si arresti, visto che dal campione preso in esame da Meta Comunicazione emerge la convinzione che i marchi entrati in classifica siano garanzia di futuri ulteriori cambiamenti. L'89 per cento del campione oggetto del monitoraggio ritiene che la rivoluzione più profonda dell'ultimo decennio sia venuta dalla tecnologia, il 75 per cento punta invece sui prodotti alimentari, il 67 su divertimento e tempo libero, il 63 sulla moda e il 61 sull'informazione e l'apprendimento. In generale, per due italiani su tre la «forza» dei marchi innovativi risiede nella capacità di cambiare lo stile di vita delle persone mentre il 58 per cento del campione la individua nell'efficacia a proporsi come «status symbol».

Ricapitolando: Apple vince grazie a iPod, iPhone e iPad, la cui esistenza è ormai ignorata da pochissimi; Ryanair con il viaggio low-cost, che ha reso possibili vacanze da molti prima solo sognate (dal 1999 al 2008 la compagnia è passata da meno di 5 milioni e mezzo di passeggeri trasportati a oltre 58 milioni); Nescafé grazie alla stretta associazione al brunch, il fenomeno che ha cambiato le abitudini domenicali

di molti italiani.

Ma la tecnologia non è solo mela della California, come l'alimentazione non è solo caffè svizzero in capsule. Internet a parte, il primo decennio del secolo ha riportato in vita anche prodotti per i quali qualcuno aveva pronosticato il dimenticatoio: è il caso della radio che a partire dal 2000, per merito del design accattivante e del suono ultrafedele di della Tivoli Audio dell'italoamericano Tom De Vesto, ha riscoperto una nuova giovinezza, certificata anche dai milioni di imitazioni di Model One vendute in tutto il mondo.

E se il brunch con Nescafé ha cambiato la domenica degli italiani, la bevanda energetica dell'austriaca Red Bull ha conquistato il gusto e forse anche l'immaginario dei nostri connazionali grazie all'associazione con gli sport estremi e la sempre amata Formula 1 e al suo fortunato slogan «ti mette le ali».

Una segnalazione, infine, la merita *FairTrade*, il marchio alimentare del commercio equo e solidale che piano piano ha trovato spazio anche nella grande distribuzione e che ha sfiorato la top ten delle innovazioni che hanno cambiato i nostri anni zero.