



ATTUALITA'

Rilanciamo il Brand Italia

Il brand di un Paese è uno strumento altamente democratico. Saperlo gestire e mantenere in salute è un indicatore di buon governo. Eccellere pubblica l'analisi di Mirko Nesurini, AD di GDS Brand e autore di Brand Action (Hoepli), sul futuro della country reputation del Paese Italia.

di *Mirko Nesurini*

Monti al posto di Berlusconi. Fatti dopo le polemiche. Opportunità per il brand Italia di tornare ad essere consistente.

Nelle imprese, siamo abituati ai brand rappresentati da un CEO. Il **country brand** è rappresentato da un primo Ministro. La funzione del CEO e del Primo Ministro è di presidiare i valori del brand per fare in modo che non deluda i consumatori. Quando un brand va male il CEO viene licenziato. Idem per il primo Ministro. Fin qui siamo ai fatti degli ultimi giorni.

Nella gran parte dei casi, dopo la rimozione del leader e l'insediamento di una nuova figura il **mercato** vuole sapere come i problemi verranno risolti e se la risposta è convincente è disposto a dare nuovo credito al brand. E questa è storia di domani.

Il valore di un brand viene misurato in base a quello che il pubblico pensa del brand. Molto viene delegato agli stereotipi che maturano nel tempo e sono difficili da modificare. Gli **stereotipi** per essere assimilati richiedono molto tempo, certamente più di 17 anni.

Il pubblico è disposto a perdonare molto a patto che il brand sia in grado di prendere in mano le situazioni raddrizzando le storture. L'Italia, tardivamente, lo ha fatto.

La **vita di un brand** non si basa solo sull'immagine che può essere ricostruita, ma si basa soprattutto sulla sostanza che esiste o non esiste.

In Italia la sostanza esiste, in termini di qualità della vita e del patrimonio culturale e del turismo. L'Italia deve lavorare sul sistema dei valori espressi e sull'ambiente del business.

Non si può comunicare al mondo che i furbi sono meglio degli onesti e pretendere che il Paese sia giudicato bene.

Il brand viene usato dall'impresa per facilitare i rapporti con il consumatore quindi vendere meglio o di più; dal Paese viene usato per facilitare i rapporti tra i cittadini come **bandiera comune**, per attrarre investimenti e per essere giudicati positivamente all'**estero**.

Questo è il momento di rilanciare l'Italia e con essa il suo brand. Come?

Una volta si diceva che l'importante è farsi notare. Berlusconi ha fatto notare l'Italia nel mondo. Oggi si tende ad affermare che non basta farsi notare, serve prestare attenzione alla qualità della presenza. Nell'ultima parte della gestione berlusconiana, la visibilità dell'Italia non ha portato vantaggi. Il Berlusconi dei primi tempi era un grande alleato del brand Italia grazie alla sua capacità di attrarre visibilità. Oggi è necessario comunicare fatti e mantenere le promesse per tornare tra i primi.

Negli ultimi anni, i Paesi che si sono giocati la **parte alta delle classifiche** sono: Canada, Svizzera, Australia, Stati Uniti, Germania e Giappone.

L'operatore Italiano che opera all'estero richiede al brand Italia di evitargli il posizionamento negativo. Desiderano essere valutati positivamente perché inseriti in un sistema paese che funziona, perché alle imprese provenienti da Paesi con una bassa reputazione si chiedono garanzie che ad altri non si chiedono.

Il brand di un Paese è uno strumento altamente democratico. Saperlo gestire e mantenere in salute è un indicatore di buon governo. I beneficiari del valore dei country brand sono medie e piccole imprese, quelle che magari possiedono un brand non conosciuto all'estero e per esportare si accreditano al brand del loro Paese.

17-11-2011

LINK ALL'ARTICOLO:

www.eccellere.com/public/rubriche/attualita/rilanciamo_il_brand_italia-273.asp

I testi rimangono proprietà intellettuale e artistica dei rispettivi autori. 2010 -  BY-NC
I contenuti di **Eccellere** sono concessi sotto la **Licenza Creative Commons Attribuzione - Non commerciale 3.0 Unported**. Ulteriori informazioni sono disponibili alla pagina **Note legali** (www.eccellere.com/notelegali.htm).