

# Love Brands, illy al secondo posto nella classifica mondiale

illy-cupcof-64b64e51

**illy è il brand italiano più amato nel mondo nel 2022 secondo l'annuale classifica 'Love Brands 2022 di Talkwalker' – la piattaforma di Consumer Intelligence numero uno al mondo.**

L'azienda triestina si è piazzata al secondo posto nel Love Brands mondiale (**il miglior risultato di sempre per un marchio tricolore**) subito dietro ad Asics (al 1° posto) e davanti a superbrands quali Jimmy Choo (7°), Muji (10°), Bosch (19°), Palmolive (20°), Lancome (21°), [Nescafé](#) (22°), L'Oreal (29°), Adidas (45°) Apple, (47°) mentre per trovare altri brand italiani nella classifica globale bisogna scorrerla sino al 23mo posto dove si piazza Dolce & Gabbana, quindi al 32mo Missoni e Alfa Romeo al 36mo.

Un ottimo risultato che illy replica anche nella Top10 italiana dove occupa il terzo posto dietro ad Aprilia (1°) e Abarth (2°), sopravanzando una nutrita rappresentanza di brand del fashion quali Prada, Dolce & Gabbana, Valentino e Gucci. Entra in classifica anche **Zoom**, che gli italiani hanno imparato a conoscere ed amare durante i difficili mesi della pandemia. Mentre completano la Top10 due celeberrimi marchi stranieri che però trovano spazio nel cuore dagli italiani quali IKEA e Lego.

La ricerca, elaborata utilizzando la Piattaforma di Accelerazione di Consumer Intelligence di Talkwalker, insieme a Hootsuite, ha **analizzato 1.500 brand nei differenti Paesi del mondo**, per un totale di 2,6 miliardi di conversazioni (nel periodo luglio 2021 - marzo 2022) su social media, news, blog, forum e altri canali d'interazione. Love Brands misura la **capacità e la dedizione dei marchi nello stabilire una vera e propria relazione emotiva** con i propri consumatori e, a valle del processo, ha generato la classifica mondiale Top50 e le Top10 dei paesi, Italia inclusa, in cui è stata condotta la rilevazione.

*“Misurare il concetto di amore attraverso l’ascolto social è comprensibilmente quasi impossibile trattandosi di metriche intangibili – spiega **Francesco Turco** Marketing Manager Talkwalker per l’Italia. Tuttavia, è possibile osservare i sintomi che dimostrano la passione per il brand, come sentimento positivo, parole incentrate sul tema dell’amore, emozione, gioia; engagement, cioè la capacità di mantenere vivo e sempre rinnovato il rapporto e, nella classifica di quest’anno, – sottolinea Turco - anche una rilevante e concreta coscienza sociale, ambientale ed economica”.*

### **La Top10 Talkwalker-Love Brands mondiale 2022**

- 1° Asics
- 2° illy
- 3° Colorbar Cosmetics
- 4° Nuxe
- 5° Maisons du Monde
- 6° Bonduelle
- 7° Jimmy Choo
- 8° Kewpie
- 9° Fja?llra?ven
- 10° Muji

### **La Top10 Talkwalker-Love Brands Italia 2022**

- 1° Aprilia
- 2° Abarth
- 3° illy
- 4° Prada
- 5° Zoom
- 6° IKEA
- 7° Dolce & Gabbana
- 8° Valentino
- 9° Gucci
- 10° Lego