

RICERCHE **OC&M-CE&Co: Made in Italy, qualità uguale per i consumatori americani e cinesi**

Per le donne americane e cinesi con buona capacità di spesa, il Made in Italy è garanzia di qualità. Esiste inoltre una correlazione diretta tra advertising e preferenza di marca, che conferma il ruolo determinante della comunicazione sui mercati esteri. Sono questi i risultati della ricerca **OC&M-CE&Co** sulla percezione del Made in Italy in USA e Cina, diffusa in questi giorni. **GEOMEDIAMKT**, soluzione di pianificazione strategica della comunicazione messa a punto da OC&M, ha delineato il contesto competitivo dei mercati oggetto di studio e condotto l'analisi che ha analizzato il posizionamento di alcuni prodotti italiani sui più importanti mercati statunitensi e cinesi in otto importanti filiere del Made in Italy: alimentari, vini, abbigliamento femminile di qualità, articoli di abbigliamento sportivo, elettrodomestici, mobili per arredamento domestico, lampade, prodotti farmaceutici. In particolare per quanto riguarda l'abbigliamento, il 20% del campione cita almeno una marca italiana. Le prime sei marche italiane citate nei mercati USA considerati secondo il principio della *spontaneous awareness*, sono risultate essere: **Gucci, Armani, Prada, Dolce & Gabbana, Diesel e Versace.**