

Barilla, prima azienda italiana al mondo per reputazione

Il Reputation Institute assegna a Barilla il primato per la reputazione tra le aziende italiane e la prima posizione in assoluto nel settore alimentare.

Parma, 25 maggio 2010. Secondo una ricerca del Reputation Institute di New York, condotta tra le 600 aziende più importanti al mondo, classificate per fatturato, **Barilla** si aggiudica la diciannovesima posizione tra quelle con la **migliore reputazione, prima tra le italiane e prima in assoluto nel settore alimentare.**

I risultati della ricerca, pubblicati sul sito della rivista Forbes, sono stati ottenuti attraverso la consultazione diretta dei consumatori in 24 paesi nei diversi continenti. Le valutazioni sono state espresse su una serie di indicatori come, ad esempio, l'offerta di prodotti e servizi, livello di innovazione, qualità del posto di lavoro, governance, performance finanziarie e leadership di mercato.

“La reputazione è un fattore decisivo per la competitività di un'azienda, soprattutto in un mercato che è sempre più globale”, sostiene **Massimo Potenza, amministratore delegato del Gruppo Barilla**. “Siamo quindi molto soddisfatti della posizione assegnataci, con un primato che dimostra il valore dell'eccellenza italiana nel mondo e il successo di scelte strategiche di lungo periodo in grado di assicurare un'ottima reputazione con tutti i nostri pubblici di riferimento”.

Kasper Nielsen, Managing Partner del Reputation Institute, spiega: “Nel momento in cui le aziende leader a livello mondiale cercano di crescere e guadagnare quote fuori dai loro mercati domestici, diventa di vitale importanza assicurarsi fiducia e rispetto da parte dei consumatori in tutto il mondo. Barilla ha costruito nel tempo un'eccellente reputazione con le famiglie italiane e, come si evince dal Global Reputation Pulse 2010, gode anche di un forte legame emotivo con le famiglie nei mercati più sviluppati. Con un Reputation Pulse Score di 72,45 Barilla è al diciannovesimo posto nella lista delle aziende con la migliore reputazione al mondo. Questo è il risultato del legame emotivo che Barilla ha saputo costruire attraverso i suoi prodotti, la comunicazione e il coinvolgimento delle persone. Barilla è nella posizione di poter rafforzare ulteriormente questo legame con i consumatori a livello globale facendo leva sulla sua storia, che gli è valsa la miglior reputazione tra le aziende italiane. Riuscire ad avere la stessa reputazione nei mercati che crescono potrebbe garantirgli una solida piattaforma di

crescita e successo. I risultati del nostro studio, condotto in 24 paesi, suggeriscono che Barilla ha una base molto forte sulla quale costruire”.

Per maggiori dettagli sul *Global Reputation Pulse 2010: The World's Most Reputable Companies*, è disponibile il sito web www.ReputationInstitute.com.

Per maggiori informazioni:

Marco Magli
Ufficio stampa Barilla
Tel. 0521 2621
marco.magli@barilla.com

Il Gruppo Barilla

Nata a Parma nel 1877 da una bottega che produceva pane e pasta, Barilla è oggi tra i primi Gruppi alimentari italiani, leader mondiale nel mercato della pasta, dei sughi pronti in Europa continentale, dei prodotti da forno in Italia e dei pani croccanti nei Paesi scandinavi. Attualmente il Gruppo Barilla possiede 52 unità produttive (13 in Italia e 39 all'estero) ed esporta in più di 125 Paesi. Dagli stabilimenti escono ogni anno più di 2.700.000 tonnellate di prodotti alimentari, che vengono consumati sulle tavole di tutto il mondo, con i marchi: Barilla, Mulino Bianco, Voiello, Pavesi, Wasa, Harry's (Francia, Spagna e Russia), Lieken Urkorn, Golden Toast e Kamps (Germania), Alixir, Academia Barilla, Misko (Grecia), Filiz (Turchia), Yemina e Vesta (Messico). Ai marchi di prodotto si affiancano i marchi Number 1, società del Gruppo specializzata in servizi logistici, e First per i servizi di vendita al dettaglio. La coerenza con principi e valori antichi ma sempre attuali, la gestione delle risorse umane come patrimonio fondamentale e i sistemi di produzione all'avanguardia fanno di Barilla una delle aziende alimentari più considerate nel mondo come espressione del “saper fare” italiano.

Per maggiori informazioni: www.barillagroup.it