



## Best Brands 2026:

### I'11<sup>a</sup> edizione della ricerca che misura la forza delle marche quest'anno esplora il tema della "Joytitude".

*A fianco delle tre classifiche storiche, debutta la classifica speciale "Best Joytitude Brand", per le marche capaci di trasmettere ottimismo, e l'inedita menzione speciale "Best Reputation Mention" in collaborazione con Community.*

**Milano, 28 gennaio 2026** – In un'epoca segnata da sfide globali e incertezze, la forza di una marca si misura oggi nella sua capacità di "fare luce". È questo il cuore dell'**11<sup>a</sup> edizione di Best Brands**, presentata stamattina presso la sede di UPA, in via Larga a Milano. La ricerca, nata in Germania nel 2004 e diventata un punto di riferimento in Europa, premia le aziende capaci di coniugare successo economico (**Share of Market**) e opinione dei consumatori (**Share of Soul**).

Il progetto, sostenuto in Italia dai partner fondatori **Serviceplan Group** e **NielsenIQ**, con il patrocinio storico di **UPA** e il supporto di **Rai Pubblicità**, **24 ORE System**, **IGPDecaux** e **ADC Group**, si conferma l'unico ranking italiano basato su un'analisi che integra 15.000 valutazioni di 5.000 consumatori e dati di mercato oggettivi, analizzando ben 300 brand in 50 categorie merceologiche.

Se negli anni passati il focus era stato su etica e purpose, l'edizione 2026 segna un cambio di passo: la vera sfida oggi è generare un impatto concreto attraverso emozioni positive. I *Best Brands* non puntano più solo a "fare la cosa giusta", ma a trasformare la positività in un vantaggio competitivo distintivo.

Proprio su questo tema si innesta la classifica speciale di quest'anno: il **Best Joytitude Brand**. Questo riconoscimento premia le marche che, secondo i consumatori, sanno trasmettere speranza, fiducia, desiderio e immaginazione. Sono brand che generano entusiasmo, favoriscono il benessere fisico e mentale e fanno sentire importante il cliente, innescando quella "gioia contagiosa" necessaria per affrontare il futuro.

*"Mai come oggi c'è bisogno di sviluppare la capacità di 'fare luce'. Negli ultimi anni abbiamo visto i brand impegnarsi a fondo su etica e sostenibilità, un percorso doveroso e necessario. Ma ora è il momento di un'ulteriore evoluzione: i Best Brands 2026 sono quelli che hanno capito che la positività non è un'emozione effimera, ma un potente driver di business. Sono marche che non si limitano a risolvere problemi, ma sanno accendere l'entusiasmo e far star bene le persone. Trasformare la*

PARTNER FONDATORI

**SERVICEPLAN GROUP**  **HOUSE OF COMMUNICATION**

**NielsenIQ**

**Rai Pubblicità**

**24 ORE** System

**IGPDecaux**

**ADC** group

CON IL PATROCINIO DI

**UPA**  
UTENTI PUBBLICITÀ ASSOCIATI

Ufficio stampa Best Brands – Community  
Giovanna Biscaro  
335 8377801  
giovanna.biscaro@community.it

*‘Joytitude’ in strategia è la chiave per costruire una relazione duratura e illuminata con i consumatori.”*  
– ha commentato **Giovanni Ghelardi, CEO di Serviceplan Group Italia.**

*“Oggi il valore di un brand non si misura più solo in visibilità, ma nella sua capacità di incidere concretamente sulla vita delle persone. In un mondo che evolve sempre più rapidamente, alle marche è richiesto un ruolo attivo e credibile nell’esperienza quotidiana dei consumatori. In questo contesto, i Best Brand emergono come punti di riferimento, perché riescono a influenzare positivamente la relazione con i consumatori, trasmettendo una sensazione concreta di vicinanza e benessere e andando oltre la semplice notorietà. È questa capacità di generare un impatto positivo e tangibile a definire oggi il valore di una marca. Proprio per leggere e valutare questo impatto, il nostro studio cross-categoria continua ad evolvere, integrando dati di mercato, KPI e la voce diretta dei consumatori, e offrendo alle aziende uno strumento concreto per interpretare il mercato e orientare decisioni più consapevoli”* – ha commentato **Enzo Frasio, Amministratore Delegato di NielsenIQ e GfK Italia.**

*“UPA patrocina Best Brands da oltre dieci anni perché questa iniziativa rappresenta in modo chiaro e concreto ciò che per noi significa “forza di marca”. Non parliamo solo di notorietà o di performance di breve periodo, ma della capacità di un brand di costruire valore nel tempo, di essere riconosciuto, scelto e ricordato dai consumatori grazie a una relazione solida e credibile, che sia anche fonte di speranza e positività, come sottolinea la nuova classifica Best Joytitude Brand.”* – ha concluso **Marco Travaglia, Presidente di UPA - Utenti Pubblicità Associati.**

Una delle grandi novità di questa 11<sup>a</sup> edizione è l’introduzione della **Best Reputation Mention**, istituita in partnership con **Community**, una delle principali società di comunicazione in Italia, parte di **Excellera Advisory Group**, e **Reputation Partner** di Best Brands.

Questa menzione speciale è stata istituita per valorizzare l’azienda che, tra le top finaliste delle classifiche *Best Brands*, si è distinta nell’ultimo anno per aver consolidato la reputazione come vero e proprio asset strategico.

La selezione è affidata a una Giuria tecnica indipendente, presieduta da **Auro Palomba**, Fondatore e Presidente di **Community**, e composta da **Federico Garimberti**, External Relations and Research Director di McKinsey & Company; **Fabio Grattagliano**, giornalista de Il Sole 24 Ore; **Stefania Lazzaroni**, Direttrice Generale di Fondazione Altagamma; **Alessandro Papini**, Direttore Comunicazione e Relazioni Esterne di Assolombarda e **Pierdonato Vercellone**, Chief Communication Officer di Juventus.

La presentazione dei risultati dell’indagine si terrà il prossimo **14 aprile** presso gli **Studi RAI di Via Mecenate**, con il supporto degli sponsor tecnici **Mionetto, BKM Production, Neverest e Althea Grafiche.**

La serata, condotta da **Serena Autieri**, vedrà la premiazione delle classifiche storiche: **Best Product Brand, Best Service Brand e Best Growth Brand** e della classifica speciale: **Best Joytitude Brand**. Ad arricchire l’evento, un’esplorazione del tema della gioia da diverse prospettive: accanto al keynote speech del filosofo e teologo laico **Vito Mancuso**, interverrà **Andrea Moccia**,

---

PARTNER FONDATORI

**SERVICEPLAN GROUP**   
HOUSE OF COMMUNICATION

**NielsenIQ**

**Rai Pubblicità**

**24 ORE**  
System

**IGPDecaux**

**ADC** group

---

CON IL PATROCINIO DI

**UPA**  
UTENTI PUBBLICITÀ ASSOCIATI

Ufficio stampa Best Brands – Community  
Giovanna Biscaro  
335 8377801  
giovanna.biscaro@community.it

fondatore e direttore editoriale di **Geopop**, che porterà un punto di vista scientifico grazie al contributo di **Ciaopeople**, che supporta l'evento come **Content Partner**. Spazio anche all'energia e alla gioia in musica con la performance dei **Selton**, realizzata con il supporto di **Framen**, **Entertainment Partner**.

Giunto alla nona edizione, anche quest'anno verrà riconosciuto l'**Innovation Award**: un assegno da 120.000 euro in spazi media offerti da 24 ORE System, IGPDecaux e Teads, conferito a una startup o scaleup che si è distinta per soluzioni innovative nel marketing e selezionata da una giuria presieduta da **Teads** in veste di **Innovation Partner** e composta dai partner di Best Brands.

A seguire, il **Gala 2026** alle **Officine del Volo**, realizzato in collaborazione con **Pasta Armando**, si confermerà un momento privilegiato di networking e condivisione, celebrando ancora una volta quell'unione tra dati ed emozioni che rappresenta la vera forza dei brand.

Best Brands non è solo una serata di premiazione, ma un percorso culturale continuo. I temi di quest'anno sono stati approfonditi nel **Best Brands Club**, il *think tank* che da luglio a novembre 2025 ha coinvolto top manager e strategi del marketing. I risultati di questi lavori sono confluiti nel **Libro Cinque**, curato da Giampaolo Colletti ("Fare cultura di marca per i marketers del futuro"), che verrà presentato ufficialmente il prossimo **26 maggio 2026** presso il **MUDEC – Museo delle Culture di Milano**.

Per maggiori informazioni: [www.best-brands.it](http://www.best-brands.it)

---

PARTNER FONDATORI

**SERVICEPLAN GROUP**  **HOUSE OF COMMUNICATION**

**NielsenIQ**

**Rai Pubblicità**

**24 ORE**  
System

**IGPDecaux**

**ADC**  group

---

CON IL PATROCINIO DI

**UPA**  
UTENTI PUBBLICITÀ ASSOCIATI

Ufficio stampa Best Brands – Community  
Giovanna Biscaro  
335 8377801  
giovanna.biscaro@community.it