

# Il report 'Brand Influence' incorona Prada regina della sostenibilità e rivela tendenze globali di politiche DEI

*Analisi approfondita su media e social media rivela dinamiche globali e italiane di politiche DEI e sostenibilità nei media*

MILANO, ITALY, April 1, 2025

/EINPresswire.com/ -- [Onclusive](#), uno dei leader mondiali nelle soluzioni di media intelligence, ha pubblicato il suo nuovo report "[Classifica Brand Influence](#)", un'analisi approfondita dei 500 brand più influenti al mondo. L'analisi è stata condotta sui media tradizionali e sui social media, sviluppando uno score basato su metriche chiave come numero di menzioni, portata e sentiment. Il report assegna tre punteggi distinti ai brand: influenza mediatica globale, influenza mediatica in politiche DEI (Diversità, Equità e Inclusione) e influenza mediatica in sostenibilità, creando così classifiche globali e specifiche per mercato.



Copertina del report Brand Influence di onclusive

“

Siamo orgogliosi dei successi dei brand italiani. Il report evidenzia che l'impatto politico su temi come DEI e sostenibilità non è ancora evidente sui media. Onclusive monitorerà tali sviluppi.”

*Francesco Turco, Marketing Manager SEU*

Prada eccelle nella sostenibilità, l'Italia brilla nel fashion e nell'automotive

Il report rivela che Prada si posiziona al secondo posto nella top ten dei brand con maggiore impatto mediatico sulla sostenibilità, ottenendo un punteggio di 89/100. Un risultato eccezionale che conferma l'impegno del brand verso pratiche sostenibili e la sua capacità di comunicarle efficacemente.

A livello di mercato italiano, la classifica è dominata da brand di prestigio nei settori fashion, lifestyle e automotive: Gucci, Prada, Martini, Bottega Veneta, ENI, Ferrari, Bulgari, Fiat, Max Mara e Assicurazioni Generali.

DEI: predominanza USA nonostante i cambiamenti politici e le pressioni

A livello globale, la classifica DEI vede una forte predominanza di brand americani, nonostante le pressioni politiche dell'attuale amministrazione statunitense, che mirano a far abbandonare alle

aziende le politiche di Diversità, Equità e Inclusione. Tuttavia, il report evidenzia che, almeno per quanto riguarda l'impatto mediatico, queste pressioni non si sono ancora tradotte in un calo significativo della visibilità e dell'importanza attribuita alle politiche DEI delle aziende americane. Il report analizza come le politiche DEI di 7 brand leader (Meta, Microsoft, Google, Amazon, Cisco, Apple e Coca-Cola) dimostrino una resilienza mediatica, nonostante le sfide politiche.

La voce di Onclusive

"Siamo orgogliosi di vedere i brand italiani eccellere in questa classifica, in particolare in settori chiave per la nostra economia come la moda e l'automotive", dichiara Francesco Turco, Marketing Manager Sud Europa di Onclusive. "Il report evidenzia anche come l'impatto dei cambiamenti politici su temi come DEI e sostenibilità non sia ancora pienamente visibile sui media tradizionali e sui social media. Onclusive continuerà a monitorare attentamente questi sviluppi per fornire ai marketer insight preziosi e aggiornati".

Approfondimenti dal report

Il cambiamento della strategia di comunicazione DEI: il report analizza come i brand leader stanno adattando il loro approccio in risposta alle nuove politiche.

Misurazione dell'efficacia della comunicazione DEI: il "Punteggio Media DEI" di Onclusive valuta l'impatto della comunicazione DEI dei brand sui media.

Analisi dei diversi approcci dei brand: il report confronta le strategie di comunicazione di brand come Meta, Microsoft, Google, Amazon, Cisco, Apple e Coca-Cola.

Importanza della trasparenza e dell'autenticità: il report sottolinea come la comunicazione ponderata e strategica sia fondamentale per preservare la reputazione del brand.

[Scarica il report completo](#)

Francesco Turco

Onclusive

+34 606 60 10 29

[email us here](#)



This press release can be viewed online at: <https://www.einpresswire.com/article/799033348>

EIN Presswire's priority is source transparency. We do not allow opaque clients, and our editors try to be careful about weeding out false and misleading content. As a user, if you see something

we have missed, please do bring it to our attention. Your help is welcome. EIN Presswire, Everyone's Internet News Presswire™, tries to define some of the boundaries that are reasonable in today's world. Please see our Editorial Guidelines for more information.

© 1995-2025 Newsmatics Inc. All Right Reserved.