

## BRAND IDENTIKIT.it

IL PRIMO  
MAGAZINE  
ITALIANO SULLA  
BRAND IDENTITY



### Partnership baba e Toluna arricchiscono Trend Monitor con una rilevazione estensiva

In occasione della presentazione del nuovo tool, mercoledì 3 dicembre, anche un update delle tendenze relative all'anno 2014-2015

Trend Monitor, lo strumento messo a punto da baba per monitorare a livello internazionale le tendenze e i comportamenti evolutivi dei consumatori, si arricchisce grazie alla partnership tra l'istituto di ricerche dedicato al marketing strategico e

Toluna, operatore leader nel data collection forte della più grande community di consumatori al mondo. Al monitoraggio e l'osservazione di tendenza su 12 Paesi (Italia, Francia, Germania, Regno Unito, Spagna, Turchia, Giappone, Stati Uniti, Cina,

India, Russia, Brasile) per 9 categorie di mercato (food, beverage, body, home, mobility, fashion, hi-tech, media and retail), si aggiunge infatti una rilevazione estensiva atta a fornire la validazione quantitativa dei trend e della loro declinazione in riferimento ai

Paesi e alle categorie di mercato monitorati. La rilevazione sarà effettuata attraverso 6000 interviste online (500 per ciascuno dei 12 Paesi su un campione rappresentativo della popolazione dai 15 anni in su). Durante l'incontro di presentazione del tool, che si terrà mercoledì 3 dicembre dalle 17:00 presso la sede di baba, verrà offerto un aggiornamento delle tendenze 2014-2015 e saranno illustrati i trend in ascesa e in de-

clinio in Italia, Stati Uniti, Cina e Brasile, gli atteggiamenti dei consumatori rispetto alle categorie di mercato e ai major brand locali, oltre a un aggiornamento dei turning points del contesto evolutivo e delle macro-tendenze internazionali, prendendo in considerazione gli avvenimenti che nel corso dell'anno hanno avuto un effetto di destabilizzazione e re-direzionamento rispetto alla mappatura presentata nel febbraio 2014.