

QUESTO ANNUNCIO È SUPERATO

Una marca non può fermarsi mai. E infatti, mentre stai leggendo queste righe, stiamo già pensando al prossimo prodotto. Sì, perché una marca ha nell'innovazione il suo senso profondo, il suo ruolo e la sua missione. Solo grazie ad essa è in grado di assicurare una qualità che risponde costantemente ai mutamenti e agli scenari evolutivi, interpretando al meglio i tuoi bisogni. E, a volte, arrivando addirittura ad anticiparli. Lavorando il tempo, di fatto la marca progetta il futuro.

Pensa per un istante a come sarebbe il mondo senza le conquiste della ricerca e dell'innovazione. Immagina di vivere senza

detersivi, senza elettrodomestici, senza surgelati, senza piatti pronti, in una parola, senza progresso. Non sarebbe lo stesso mondo, non saresti quello che sei.

Oggi ci si abitua velocemente alle novità, e si è portati a dare presto per scontato il vantaggio ricevuto dalla marca. Una volta le innovazioni arrivavano ogni 25 anni, adesso ogni 24 ore. L'innovazione prodotta dalla marca ha un ciclo di vita sempre più breve perché si scontra sempre più rapidamente con la concorrenza, l'imitazione e le nuove aspettative che si creano nel consumatore.

Ogni anno migliaia di nuovi prodotti entrano sul mercato: pensa che circa l'80%

dei prodotti odierni non esisteva un quarto di secolo fa. E certo non vorrai fermarti qui. Questo processo fondamentale per la crescita e il miglioramento della qualità della vita non potrebbe vivere se si fermasse all'imitazione di prodotti già esistenti.

Questo costringe l'industria di marca ad andare sempre oltre i livelli già raggiunti e a farsi portavoce, attraverso investimenti in ricerca e sviluppo che solo lei può permettersi, del futuro della società.

In questo futuro tu hai un ruolo fondamentale, che è quello di ogni uomo. Continuare a guardare al futuro.

LE TUE MARCHE, LA TUA STORIA.

 **CENTROMARCA**
Associazione italiana dei prodotti di marca.