



# COME AIUTARE RIFUGIATI AIUTA I BRAND

## UN'ANALISI DELLE PERCEZIONI DEL CONSUMATORE ITALIANO

Come Aiutare Rifugiati Aiuta i Brand è un rapporto di ricerca sviluppato dalla New York University Stern School of Business e pubblicato dalla Tent Partnership for Refugees.

Esamina come i consumatori in Italia, Germania e Francia rispondono ai brand impegnati nel supporto dei rifugiati in vari modi. Questo è un sommario dei risultati principali per Italia.

### ▲▲▲ METODOLOGIA

- **4.063** consumatori di età **18-75+** sono stati intervistati in Italia.
- Ai consumatori è stato chiesto se fossero molto meno propensi, meno propensi, più propensi o molto più propensi a comprare prodotti da brand se sapessero che questi supportano i rifugiati. Le risposte sono state segnate tra -2 e +2; dove -2 indica “molto meno propenso”; zero significa che i consumatori non sono né più né meno propensi, e +2 indica “molto più propenso”.

## RISULTATI CHIAVE

### 01.

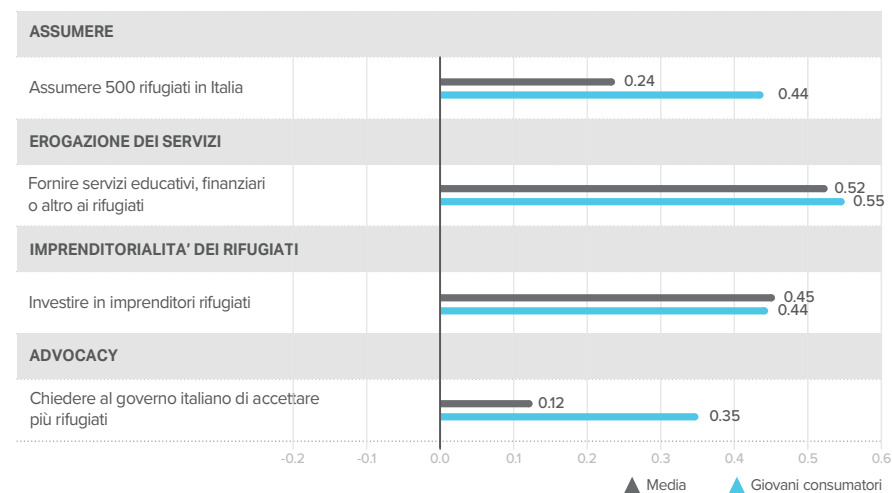
I consumatori in Italia, Francia e Germania sono molto più propensi a comprare da brand che supportano rifugiati in un numero di modi – dall’assumere rifugiati in Europa, a l’assunzione di rifugiati all’estero e supportando i rifugiati imprenditori.

### 02.

I giovani consumatori italiani di età tra 18 e 35 sono più favorevoli verso imprese che aiutano i rifugiati rispetto al resto della popolazione.

La ricerca suggerisce che più giovani sono i consumatori, più positiva è la loro posizione. Ciò indica che i brand che aumentano il loro supporto ai rifugiati hanno molto da guadagnare con questi consumatori.

### RISPOSTA DEI CONSUMATORI PER TIPO DI IMPEGNO | ITALIA



## RISULTATI CHIAVE

### 03.

Tra le tre nazioni intervistate, **i consumatori italiani sono i più positivi verso i brand che aiutano rifugiati**. I consumatori nel sud del Paese, dove tendono ad arrivare la maggior parte dei rifugiati, sono in generale i più positivi.

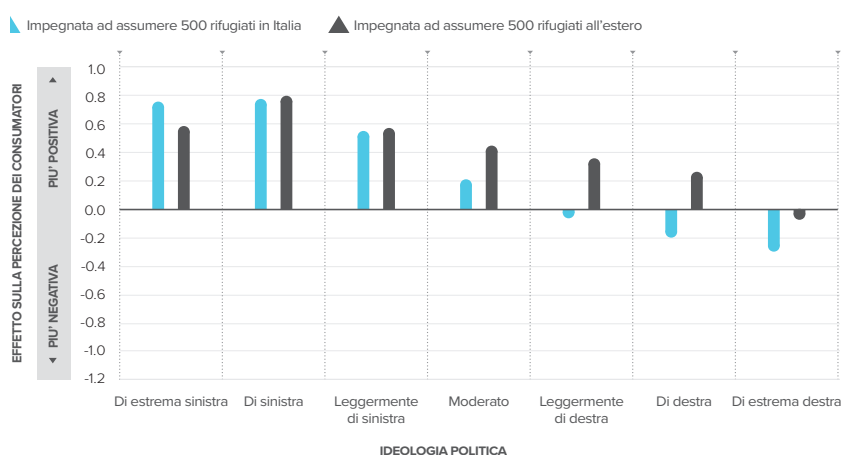
#### L'IMPATTO DELLA REGIONE | ITALIA



### 04.

Mentre la ricerca ha trovato che l'ideologia è un forte indicatore del fatto che un consumatore sia più positivo a un brand che aiuta rifugiati – con i consumatori di sinistra che mostrano più supporto rispetto a quelli di destra – **i consumatori di destra rispondono positivamente a certe attività che aiutano i rifugiati**.

#### L'IMPATTO DELL'IDEOLOGIA POLITICA | ITALIA



Leggi il rapporto di ricerca a: [www.tent.org/resources/helping-refugees-helps-brands-europe/](http://www.tent.org/resources/helping-refugees-helps-brands-europe/)



## LA TENT PARTNERSHIP FOR REFUGEES

Con un numero sempre maggiore di rifugiati sfollati per periodi di tempo più lunghi, le aziende hanno un ruolo fondamentale per aiutare i rifugiati a integrarsi economicamente nelle nuove comunità che li ospitano. La Tent Partnership for Refugees mobilita la comunità imprenditoriale per migliorare la vita e i mezzi di sostentamento dei 26 milioni di rifugiati che sono stati sfollati dai loro paesi d'origine. Fondata da Hamdi Ulukaya,

CEO della Chobani nel 2016, siamo una rete di oltre 100 grandi aziende impegnate ad aiutare i rifugiati. Tent ritiene che le aziende possano aiutare i rifugiati in modo più sostenibile integrandoli nelle loro attività principali - coinvolgendo i rifugiati come potenziali dipendenti, imprenditori e consumatori. L'elenco completo dei membri di Tent è [qui](http://qui). Per saperne di più, visitate [www.tent.org](http://www.tent.org).