

# Comment recruter des réfugiés est bénéfique pour l'image d'une marque

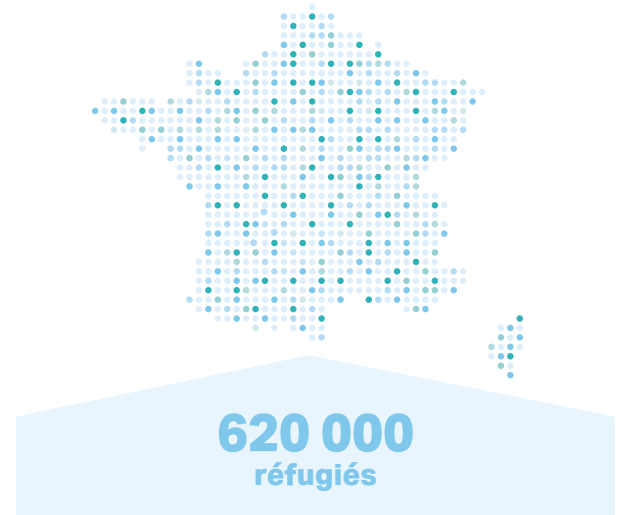
## RÉSULTATS D'UNE ENQUÊTE RÉCENTE PARMIS LES CONSOMMATEURS FRANÇAIS À PROPOS DES ACTIVITÉS DES MARQUES EN FAVEUR DES RÉFUGIÉS

### Méthodologie

Tent a récemment mandaté une enquête afin d'explorer les opinions des consommateurs concernant les activités des marques en faveur des réfugiés. L'enquête en ligne a été menée par Qualtrics auprès de 804 adultes, en France, âgés de 18 ans ou plus. L'étude a été réalisée entre novembre 2022 et janvier 2023.

### Dans les 12 derniers mois, l'Europe a vécu l'une des crises de déplacement forcés les plus rapides de l'histoire et la plus importante depuis la deuxième guerre mondiale

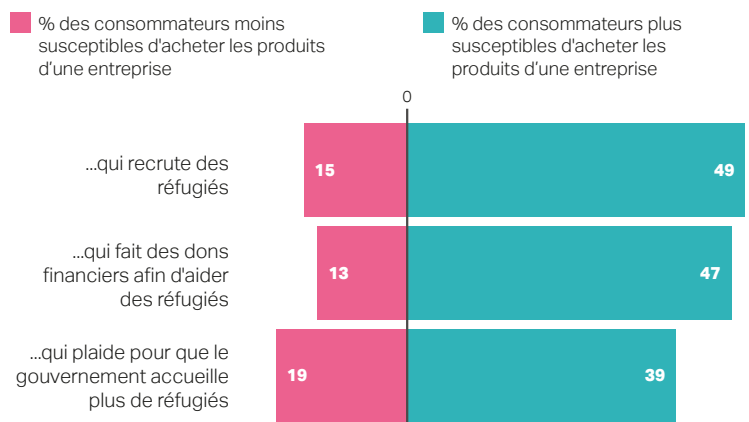
- ✓ Avant l'invasion de l'Ukraine par la Russie, la France accueillait environ 500 000 réfugiés, principalement en provenance d'Afghanistan, de Syrie et du Sri Lanka.
- ✓ Depuis février 2022, 120 000 réfugiés supplémentaires en provenance d'Ukraine ont été enregistrés dans le pays.



### Principales conclusions

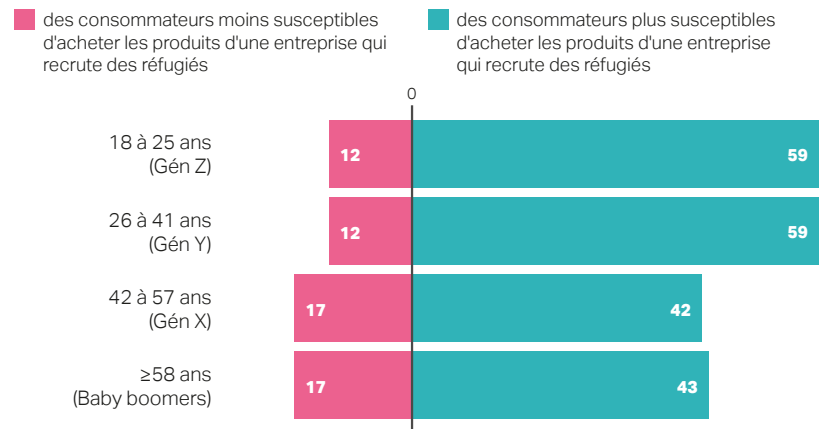
#### 01

Les consommateurs français attendent des marques qu'elles agissent de manière responsable et soutiennent largement les entreprises qui s'engagent en faveur des réfugiés. Lorsqu'ils sont interrogés sur des actions spécifiques que les entreprises peuvent mener, les consommateurs répondent en grande majorité qu'ils sont plus susceptibles d'acheter les produits des entreprises qui recrutent des réfugiés. Ceci est comparable à la réaction des consommateurs vis-à-vis des entreprises qui font des dons financiers pour soutenir la cause des réfugiés. Pratique historiquement majoritaire dans les entreprises car perçue comme plus humanitaire et moins controversée. Tout en restant favorables, les consommateurs répondent un peu moins favorablement aux entreprises qui s'engagent dans des actions de plaidoyer auprès des gouvernements afin d'accueillir plus de réfugiés, car ces actions sont plus polémiques sur le plan politique.



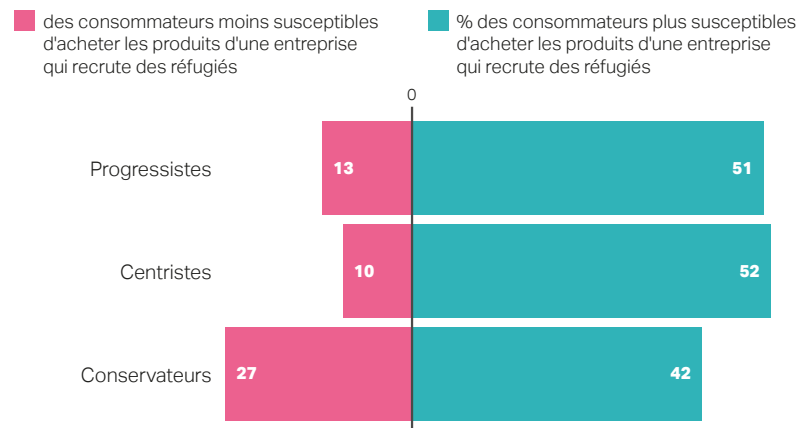
## 02

Les jeunes consommateurs, en particulier, sont plus susceptibles d'acheter des marques qui recrutent des réfugiés, avec 5 fois plus de consommateurs des générations Z et Y qui sont susceptibles de soutenir cet effort que de s'y opposer. Cependant, les jeunes consommateurs ne sont pas les seuls à soutenir les entreprises qui recrutent des réfugiés. Les consommateurs français de tous les groupes d'âge répondent, en grande partie, qu'ils sont plus susceptibles d'acheter des marques qui recrutent des réfugiés.



## 03

L'opinion publique envers les réfugiés peut sembler être clivante, mais les consommateurs français de tout bord politique soutiennent les entreprises qui recrutent des réfugiés. Les consommateurs qui s'identifient comme centristes expriment le plus fort soutien aux marques qui recrutent des réfugiés, suivis de près par les consommateurs qui s'identifient comme progressistes. Cependant, même les consommateurs qui s'identifient comme conservateurs sont, globalement, plus susceptibles d'acheter les produits des entreprises qui recrutent des réfugiés. Etant d'accord, par exemple, que lorsque les réfugiés travaillent, ils s'intègrent plus efficacement dans la société.



**Pour plus d'informations concernant l'enquête et ses résultats, veuillez contacter [media@tent.org](mailto:media@tent.org).**

**Pour plus d'informations sur comment votre entreprise peut collaborer avec Tent, veuillez contacter [info@tent.org](mailto:info@tent.org).**

### À propos de Tent Partnership for Refugees

Alors que de plus en plus de réfugiés se trouvent déplacés pour de plus longues périodes, les entreprises ont un rôle déterminant à jouer au soutien de l'intégration économique des réfugiés dans leurs pays d'accueil. Tent a été lancée en 2016 par Hamdi Ulukaya, le PDG et fondateur de Chobani - une grande entreprise agro-alimentaire américaine - afin de mobiliser les entreprises à travers le monde pour pallier ce manque en aidant les personnes réfugiées à trouver un travail. Aujourd'hui, Tent est **un réseau de plus de 300 grandes entreprises** qui s'engagent à recruter, former et proposer un accompagnement par le mentorat aux personnes réfugiées. Pour en savoir plus, consultez le site [www.tent.org](http://www.tent.org).