



per



*Cosa dice,
fa e chiede
il mercato
alle marche*

*Sergio Veneziani
Executive Vice President*



Centromarca - Milano, 21 Aprile 2010

Terza indagine annuale sui consumatori



StrategyOne ha interrogato 6.000 consumatori in 10 Paesi, di età: 18-64

Tu di che cosa ti preoccupi?



Quanto ti importa personalmente di queste buone cause? Indicane una

	Italia	Media UE
La protezione dell'ambiente	84%	87%
Favorire la comprensione e il rispetto delle altre culture	76%	76%
Migliorare la qualità della salute	69%	80%
Sostenere i diritti umani e civili	69%	77%
Migliorare l'auto stima della gente	69%	72%
Sostenere i diritti dei lavoratori	62%	71%
Pari opportunità d'istruzione	61%	77%
Combattere la fame e sostenere i senza casa	61%	78%
Difendere i diritti degli animali	60%	68%
Aiutare i disastrati	59%	75%
Combattere la povertà	58%	78%
Combattere le pandemie e le malattie	49%	69%

Cosa ti rende facile fare del bene?



Come ti è più facile sostenere una buona causa? Seleziona fra questi	Italia	Media EU
Comprando un prodotto / servizio che sostiene le cause sociali che mi stanno a cuore	38%	39%
Integrando una buona causa nella mia vita quotidiana comprando un certo prodotto /servizio	34%	36%
Partecipando alla raccolta fondi nella mia zona	29%	24%
Donando tempo o denaro alle cause che sostengo nel mio posto di lavoro	27%	23%
Facendo qualcosa con amici e famigliari che sostenga le battaglie che mi interessano	25%	27%
Sostenendo le battaglie con la mia attività nei social media	16%	14%
Quando vengo chiamato da qualcuno che conosco a sostenere le buone cause	14%	19%
Non so	11%	16%

Secondo te le marche sono impegnate?

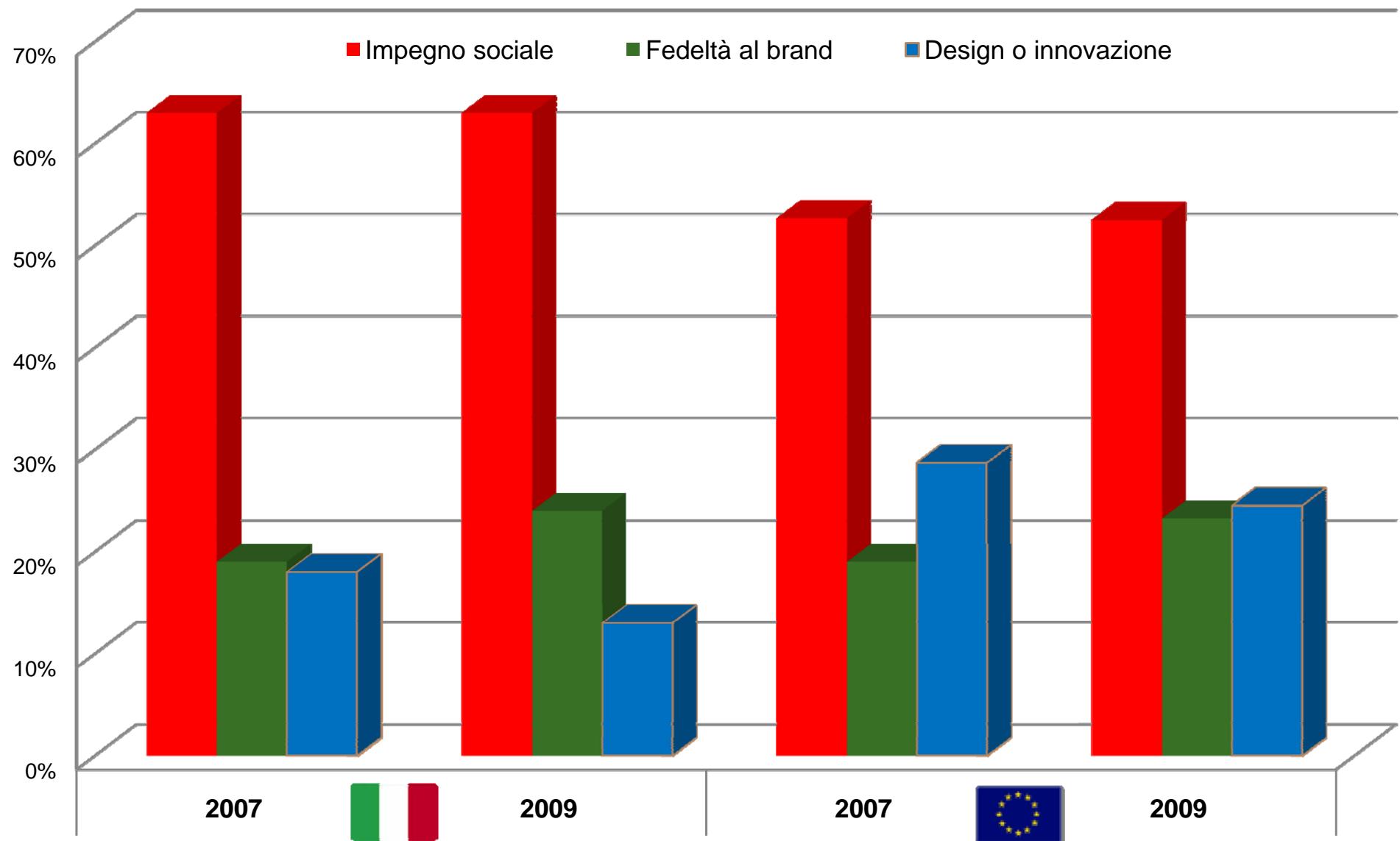
Ritieni che i brand sostengano
oggi le buone cause? Quanto?



	Italia		Media EU	
	2007	2009	2007	2009
Molto	1%	4%	3%	4%
Un po'	12%	24%	32%	39%
Non molto	73%	59%	53%	44%
Per niente	9%	9%	6%	6%
Non so	5%	5%	5%	8%

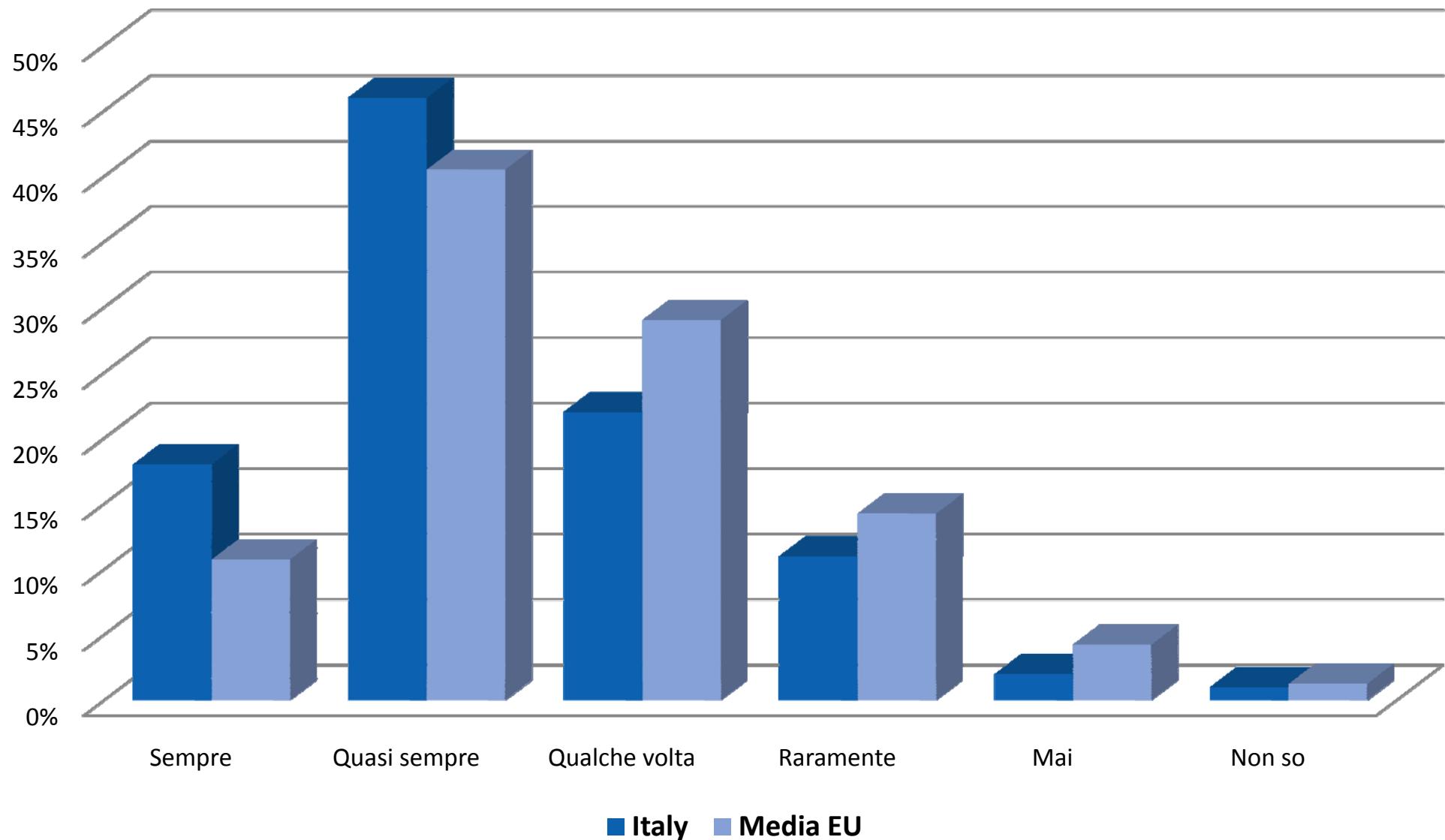
Dopo qualità e prezzo, cosa conta per te?

Se tu dovessi scegliere fra due brand che hanno la stessa qualità e prezzo quali altri criteri adotteresti?



Quando compri, quanto conta la reputazione di una marca

Quando compri un prodotto / servizio, quanto spesso ti assicuri che provenga da un'azienda con una buona reputazione?



Che cosa ristabilisce la fiducia?



Offrire prodotti o servizi di alta qualità

Essere trasparenti e onesti negli affari

Essere un'azienda nella quale si può aver fiducia

Trattare bene i dipendenti

Comunicare frequentemente e onestamente l'andamento del business

Avere prezzi e brand convenienti e competitivi

Essere "buoni cittadini"

Essere innovativi nei prodotti, servizi o idee

Avere un vertice manageriale stimato e apprezzato

Remunerare l'investimento degli azionisti

68%

67%

66%

63%

58%

52%

50%

45%

39%

38%

63%

64%

63%

62%

54%

51%

46%

40%

30%

26%

76%

63%

68%

62%

54%

52%

56%

44%

29%

Significant at 95%
confidence level



Edelman

goodpurpose™

per

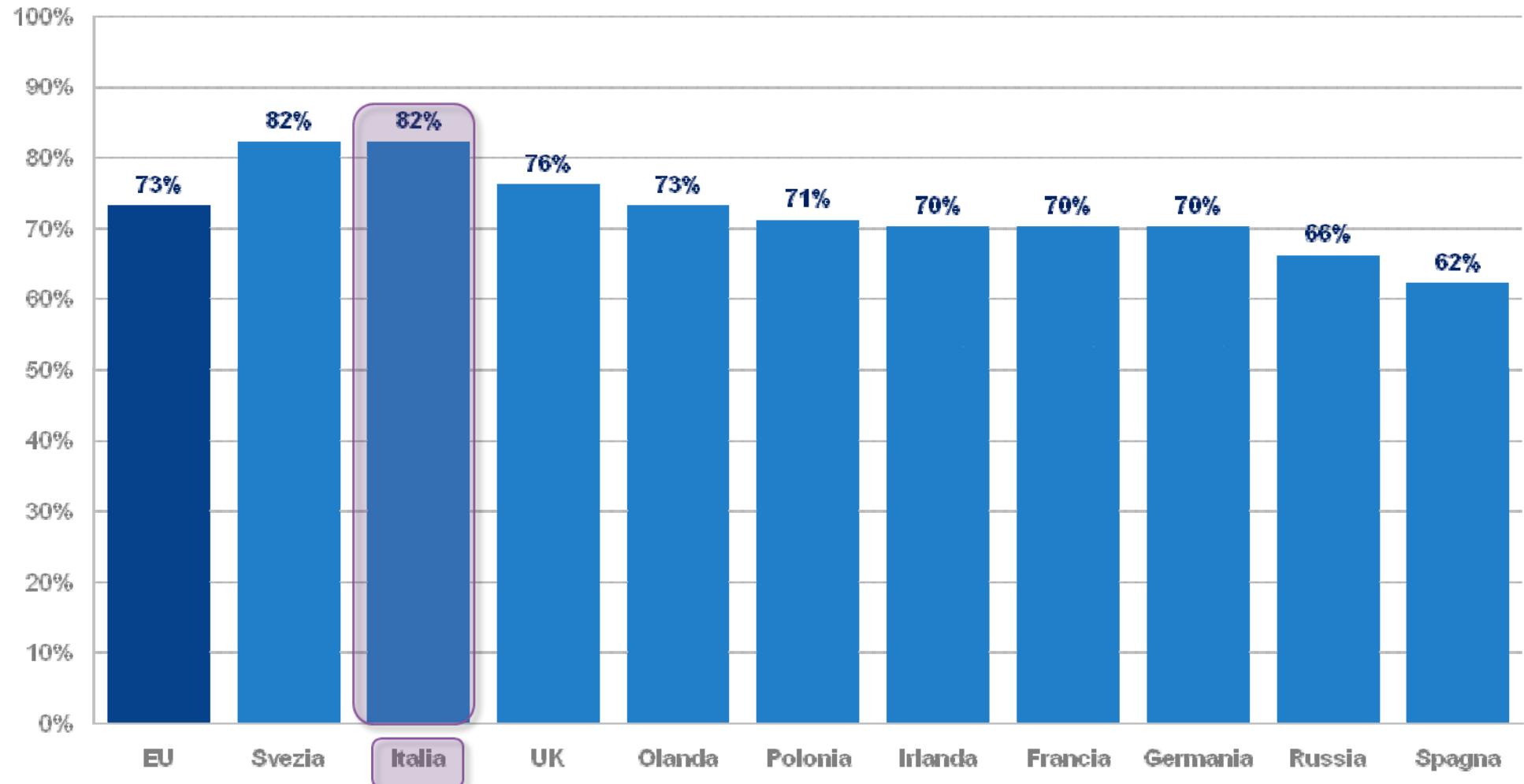


CENTROMARCA

Quanto conta una partnership con le NGO's

Preferisco fidarmi di una marca che è partner di NGO's in battaglie importanti

EU Countries



Le fonti di informazione che costruiscono la reputazione

