

BE-ITALY

L'IMMAGINE DELL'ITALIA E DEI BRAND ITALIANI
NEL MONDO - L'ATTRATTIVITÀ DEL PAESE POST COVID19 -

BE-ITALY 2020 E LA SOSTENIBILITÀ

A livello globale il **71%** della popolazione considera il **cambiamento climatico una crisi grave come quella del Covid-19**.

Il **65%** sostiene una **ripresa economica «green» dalla crisi**, ed è **disposto a dare il proprio contributo**.

Be-Italy 2020 ha indagato nello specifico:

- Cosa sono disposti a fare i consumatori per un futuro più green
- Quando scelgono le aziende come fornitori di prodotti e servizi, quanto tengono in considerazione il tema della sostenibilità
- Gli elementi, le azioni, che rendono un'azienda, un brand attento al tema della sostenibilità
- I settori e i brand che più si stanno impegnando per un futuro più green

BE-ITALY 2020

Il disegno di ricerca: un multi approccio

Per dare una risposta a tutti i quesiti relativi alla nuova situazione, l'indagine si è avvalsa di tre diverse metodologie:

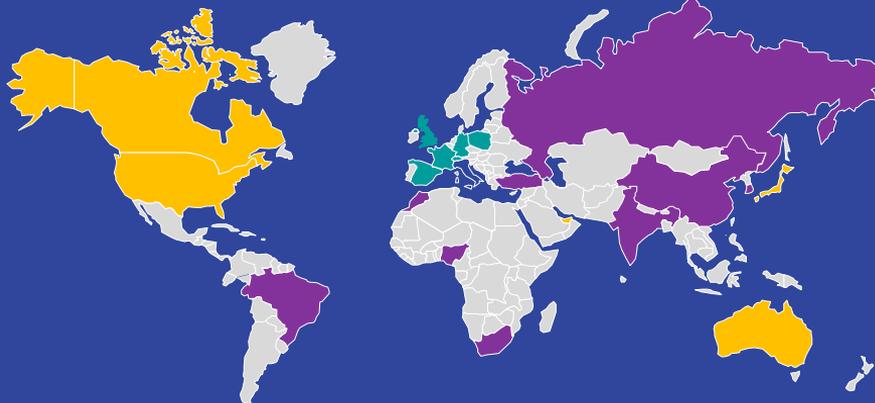


Circa
8500
interviste

SONDAGGIO

Indagine internazionale che ha indagato la percezione e l'immagine dell'Italia in **19 Paesi stranieri e in Italia**.

- 500 interviste online per paese, di cui 200 a ceti elevati/classe direttiva



OPINION LEADER

Interviste in profondità a **40 attori economici** che operano a livello internazionale.



WEB LISTENING

Ascolto della rete per capire come si parla di Italia sui principali SN in 3 lingue: **inglese, francese, spagnolo**.

EUROPA: Germania, Francia, Spagna, Gran Bretagna, Polonia + Italia

MERCATI MATURI: Usa, Canada, Australia, Giappone, Emirati Arabi

MERCATI PROSPECT: Cina, Russia, Turchia, India, Brasile, Sud Africa, Nigeria, Marocco, Korea

IL VALORE DI BEITALY 2020 PER UN'AZIENDA

Beltaly offre la possibilità di poter approfondire alcuni aspetti specifici del Paese, del 'made in Italy', riconducendoli alle aziende, al settore di appartenenza, ai **PRODOTTI** e **BRAND**.

- Conoscere l'immagine dell'Italia all'estero e del settore in cui opera l'azienda
- Conoscere la percezione del Made in Italy in generale e specificatamente al proprio settore
- Individuare gli elementi che sostengono l'immagine del settore
- Comprendere quali elementi legati all'italianità sono più rilevanti nei Paesi di osservazione
- Indagare l'apertura ai PROPRI prodotti e BRAND a quelli specifici del proprio settore
- Raccogliere la conoscenza e l'opinione dell'azienda, dei suoi brand e delle aziende italiane comparabili

Aderendo all'indagine la committenza avrà accesso a:

- L'analisi dei dati e il report di ricerca
- La presentazione finale con analisi specifiche sul settore

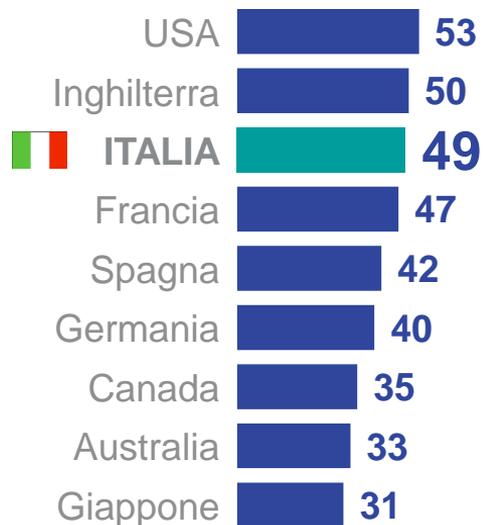


Evidenze da BE-ITALY 2020

L'ITALIA È NELLA TOP 3 DEI PAESI CHE SI RITIENE DI CONOSCERE DI PIÙ;

1 cittadino del mondo su 2 dichiara di conoscere molto o abbastanza bene il nostro Paese

Quanto direbbe di conoscere i seguenti Paesi del mondo?



...

Chi dichiara di conoscere di più o di meno l'Italia?

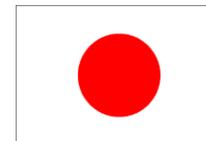
La **Germania** registra la conoscenza più elevata dell'Italia

63%



Il **Giappone** è invece il paese dove la conoscenza dell'Italia è più contenuta

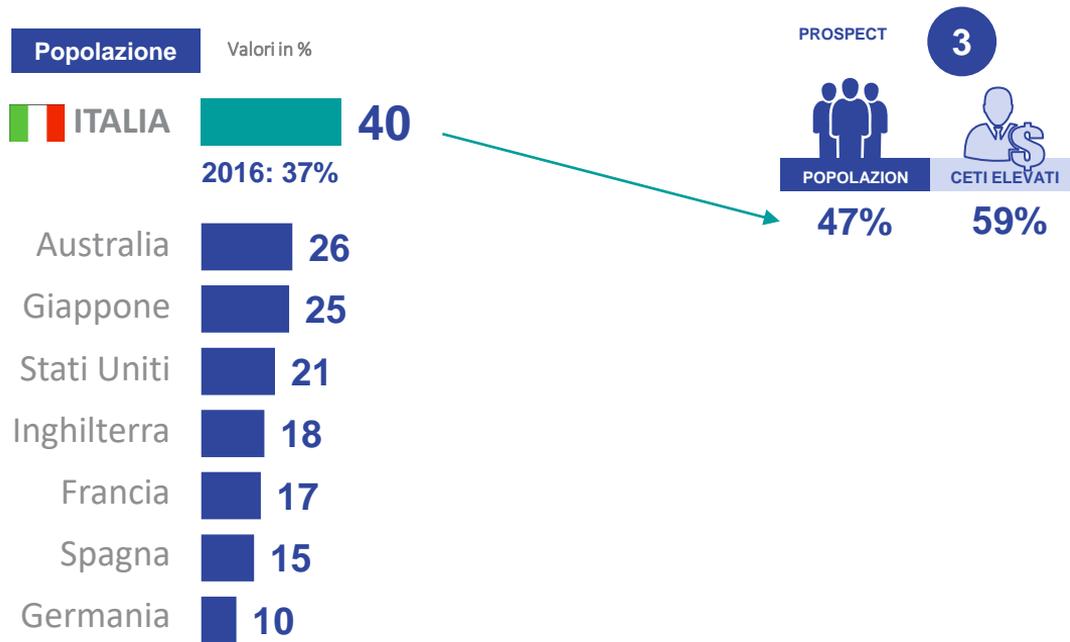
21%



% DI CONOSCONO MOLTO + ABBASTANZA

DA UN PUNTO DI VISTA TURISTICO L'ITALIA SI CONFERMA LA META PIÙ DESIDERATA

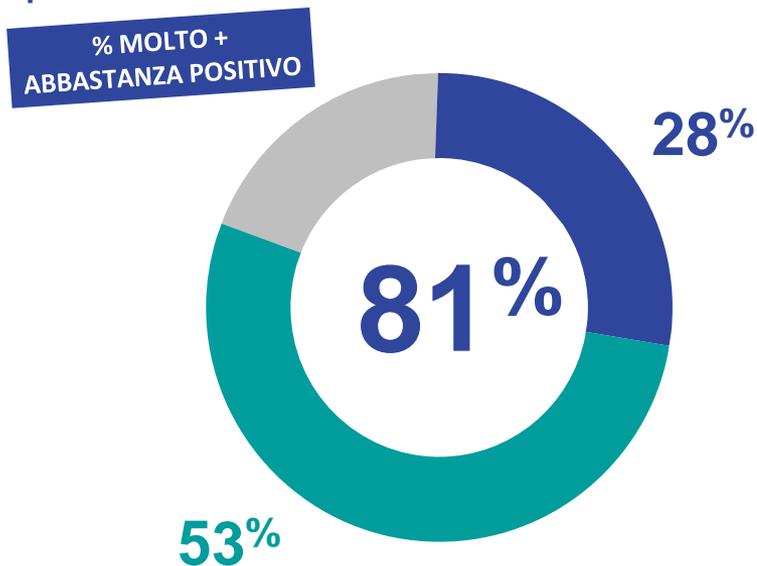
Se domani vincesses una VACANZA PREMIO dove vorrebbe andare?



LE AZIENDE ITALIANE RICEVONO VALUTAZIONI POSITIVE:

Sono considerate migliori anche della concorrenza internazionale

In generale che giudizio ha delle aziende e dei prodotti Italiani?

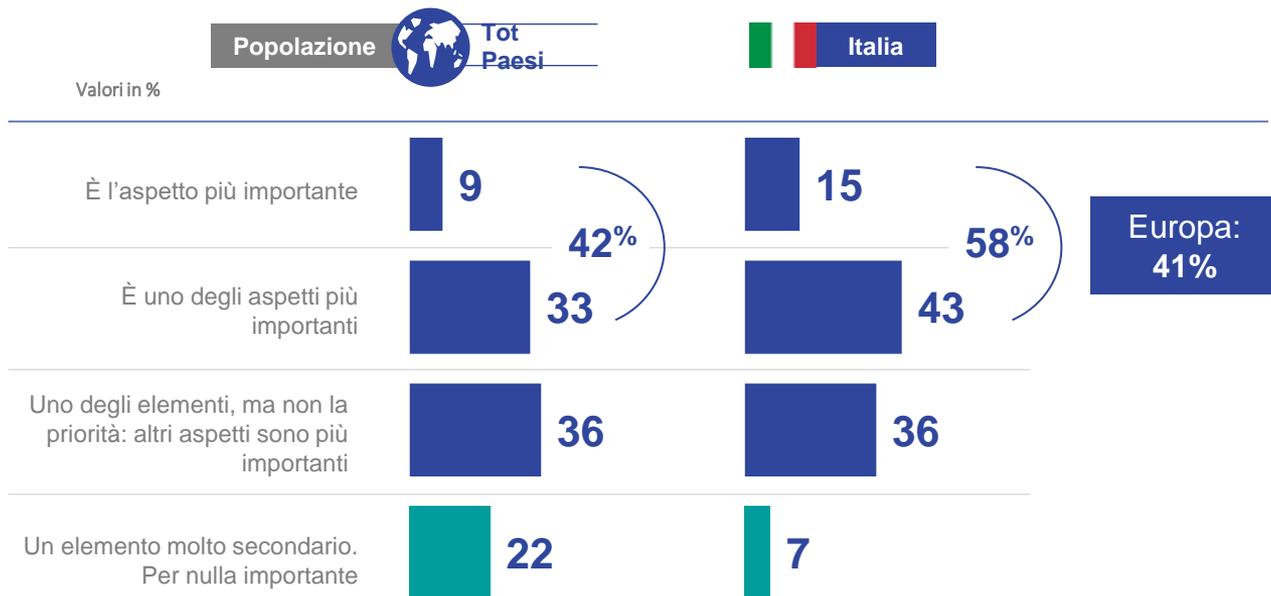


Le aziende italiane sono ...



LA SOSTENIBILITÀ COME CRITERIO DI VALUTAZIONE DELLE AZIENDE NEL MONDO È AMPIAMENTE RICONOSCIUTO:

dove non è la priorità, risulta comunque preso in considerazione



Gli italiani nel confronto con gli altri Paesi dichiarano una maggior attenzione alla sostenibilità delle aziende

Contatti

Monica Mantovani

Client Officer

monica.mantovani@ipsos.com



www.ipsos.it

