

OSSERVATORIO CIVIC BRANDS

presenta

No purpose, no party.

Il primo evento dedicato ai **Civic Brands**

1 marzo 2023



Powered by

Ipsos labicus.

Media Partner

StartupItalia

Supported by



OSSERVATORIO CIVIC BRANDS



NICOLA NERI
CEO, Ipsos



No purpose, no party.
Il primo evento dedicato ai Civic Brands

Powered by **Ipsos labicus.**

Media Partner **StartupItalia**

Supported by



Apertura Nicola Neri, Ipsos

L'impegno di marca, oggi Andrea Fagnoni, Ipsos

Presentazione della seconda stagione di **2030: 20 brand in 30 minuti**

Paolo Iabichino dialoga con **Carla Morogallo**, Triennale Milano

Parliamo di Planet, People e Prosperity

Planet con **Paolo Iabichino** che intervista:

- **Marianna Palella**, Citrus
- **Nicola Tagliafierro**, Enel X
- **Guerino Delfino**, LifeGate
- **Edoardo Dall'Asta**, innocent drinks



Powered by

Ipsos labicus

Media Partner

StartupItalia

Supported by



People con **Francesca Petrella** che intervista:

- **Annalisa Galardi**, Fondazione Adriano Olivetti
- **Marta Pieri**, Oxfam
- **Gianluca Toccafondi**, IKEA

Prosperity con **Andrea Fagnoni** che intervista:

- **Mirco Cerisola**, Too Good To Go
- **Flavio Dal Zovo**, Almo Nature
- **Alessandro Franceschini**, Altromercato
- **Maria Cristina Alfieri**, Fondazione Conad ETS

Startup e civismo di marca

Francesca Petrella, Paolo Iabichino, Andrea Fagnoni
dialogano con **Dario Scacchetti**, StartupItalia

Conclusioni e saluti



Powered by

Ipsos labicus

Media Partner

StartupItalia

Supported by



OSSERVATORIO CIVIC BRANDS



ANDREA FAGNONI

Chief Client Officer, Ipsos



No purpose, no party.

Il primo evento dedicato ai Civic Brands

Powered by

Ipsos labicus.

Media Partner

StartupItalia

Supported by



OSSERVATORIO CIVIC BRANDS

presenta

1 marzo 2023

No purpose, no party.

Il primo evento dedicato ai **Civic Brands**



L'impegno di marca, oggi.



Powered by

Ipsos labicus.

Media Partner

StartupItalia

Supported by





Powered by **Ipsos labicus.**

Media Partner **StartupItalia**



In questo momento, qual è la sua principale preoccupazione?

DISOCCUPAZIONE



POVERTÀ



INFLAZIONE



CAMBIAMENTO CLIMATICO



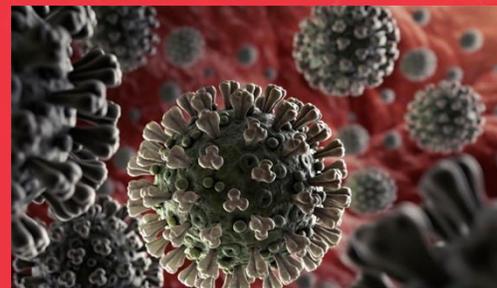
CORRUZIONE POLITICA



CRIMINALITÀ



CORONAVIRUS



GUERRA E CONFLITTI



Ipsos Global Advisor. 20,570 adulti 16-74 anni - 29 Paesi - Gennaio. 2023.



Powered by **Ipsos labicus.**

Media Partner **StartupItalia**

Supported by



Business to **CITIZENS**



Powered by **Ipsos labicus.**

Media Partner **StartupItalia**

Supported by  **DIGITAL INNOVATION DAYS**



Powered by **Ipsos labicus.**

Media Partner **StartupItalia**

Supported by **DIGITAL INNOVATION DAYS**

Sono molto attento ai comportamenti in ambito sociale, culturale o politico da parte delle aziende

Vorrei che marche e aziende incominciassero ad agire in ambiti sociali più delicati: diritti civili, anti-razzismo, uguaglianza di genere

Una marca o un'azienda deve agire concretamente, non bastano le dichiarazioni a parole o le pubblicità

I manager, gli imprenditori devono far sapere al pubblico come la pensano e come intendono agire in ambito sociale, culturale e politico

56%

64%

74%

64%



Campione rappresentativo di 1.000 adulti in Italia – Dicembre 2022



Powered by

Ipsos labicus

Media Partner

StartupItalia

Supported by



Molte marche e aziende che si dichiarano “socialmente responsabili” in realtà in questo periodo si stanno approfittando della situazione legata all’inflazione e incremento dei prezzi

L’impegno delle aziende spesso è solo un modo per lavarsi la coscienza

Non credo all’impegno delle marche il loro unico interesse è il profitto

67%

56%

(51% 2021)

51%

(44% 2021)

Campione rappresentativo di 1.000 adulti in Italia – Dicembre 2022



Powered by

Ipsos labicus

Media Partner

StartupItalia

Supported by



L'impegno in ambito ambientale e sociale di
marche e aziende non può essere svolto
facendone pagare il costo ai consumatori

Ritengo che le aziende che vogliono occuparsi
di temi sociali, culturali o ambientali, debbano
farlo con le loro risorse e non scaricare la
responsabilità o chiedere aiuto ai cittadini

73%

73%



Campione rappresentativo di 1.000 adulti in Italia – Dicembre 2022



Powered by **Ipsos labicus**

Media Partner **StartupItalia**



76%

Prima di raccontare al pubblico il proprio impegno, vorrei che marche e aziende dimostrassero cosa fanno in concreto per migliorare la vita e garantire il rispetto dei propri dipendenti

79%

Marche e aziende, in questo momento, devono agire per aiutare a porre un freno al continuo incremento dei prezzi



Powered by **Ipsos labicus.**

Media Partner **StartupItalia**

Supported by



Il fatto che una marca non affronti seriamente i temi ambientali e di sostenibilità così come di uguaglianza, parità di genere e rispetto delle differenze religiose, culturali e sessuali sarebbe per me un motivo sufficiente per non acquistare i suoi prodotti

Ho smesso di comprare alcuni prodotti o servizi di marche o aziende perché deluso dal loro comportamento

54%

47%



Campione rappresentativo di 1.000 adulti in Italia – Dicembre 2022



Powered by

Ipsos labicus

Media Partner

StartupItalia

Supported by



- Dimostrare **IMPATTO**, in maniera misurabile
- Si inizia dall'interno, della propria **COMUNITÀ**
- **TRASPARENZA** e continuo dialogo, anche nei fallimenti
- **VICINANZA** e rilevanza rispetto al contesto
- **COINVOLGIMENTO** e partecipazione

CHIAREZZA e CORAGGIO

*" Niente paura, potete ancora fare soldi.
A patto che non sia l'unica cosa che avete in mente. "*

(Clutetrain Manifesto #80)



Powered by **Ipsos labicus**

Media Partner **StartupItalia**



Grazie per l'attenzione!



Powered by

Ipsos labicus

Media Partner

StartupItalia

Supported by



OSSERVATORIO CIVIC BRANDS

Paolo Iabichino
Direttore creativo

intervista



CARLA MOROGALLO
Direttrice Generale, Triennale Milano



No purpose, no party.
Il primo evento dedicato ai Civic Brands

Powered by

Ipsos Iabicus.

Media Partner

StartupItalia

Supported by



OSSERVATORIO CIVIC BRANDS

Paolo Iabichino

Direttore creativo

intervista

Carla Morogallo

Direttrice Generale, Triennale Milano



Stefano Boeri

Presidente, Triennale Milano



No purpose, no party.

Il primo evento dedicato ai **Civic Brands**

Powered by

Ipsos labicus.

Media Partner

StartupItalia

Supported by



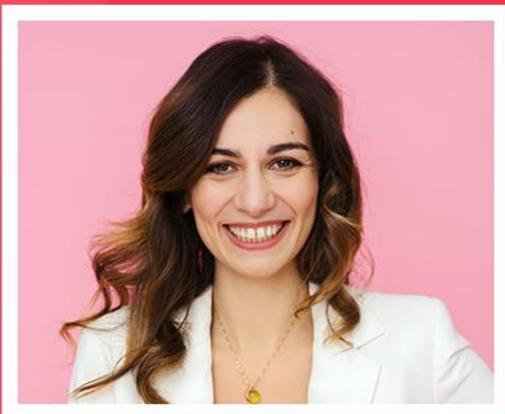
OSSERVATORIO CIVIC BRANDS

moderatore

Paolo Iabichino
Direttore creativo

PLANET

Marianna Palella
CEO, Citrus



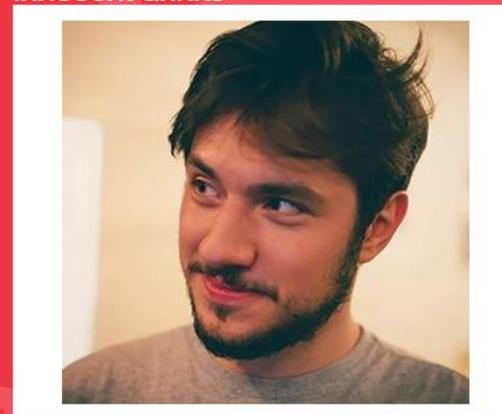
Nicola Tagliafierro
Head of Global Sustainability, Enel X



Guerino Delfino
Executive Vice President, LifeGate



Edoardo Dall'Asta
Brand Marketing Manager Italy & Iberia,
innocent drinks



No purpose, no party.
Il primo evento dedicato ai Civic Brands

Powered by

Ipsos Iabicus.

Media Partner

StartupItalia

Supported by



PEOPLE

OSSERVATORIO CIVIC BRANDS

moderatrice

Francesca Petrella
Communication Manager, Ipsos

Annalisa Galardi
Managing Board Member,
Fondazione Adriano Olivetti



Marta Pieri
Head of Corporate Partnership, Oxfam



Gianluca Toccafondi
Head of Media Global, IKEA



No purpose, no party.
Il primo evento dedicato ai Civic Brands

Powered by

Ipsos labicus.

Media Partner

StartupItalia

Supported by



OSSERVATORIO CIVIC BRANDS

moderatore

Andrea Fagnoni
Chief Client Officer, Ipsos

PROSPERITY

Mirco Cerisola
Country Director, Too Good To Go



Flavio Dal Zovo
Sales Director Italia, Almo Nature



Alessandro Franceschini
Presidente, Altromercato



Maria Cristina Alfieri
Direttrice, Fondazione Conad ETS



No purpose, no party.
Il primo evento dedicato ai Civic Brands

Powered by **Ipsos labicus.**

Media Partner **StartupItalia**

Supported by



OSSERVATORIO CIVIC BRANDS

Francesca Petrella
Communication Manager, Ipsos

Paolo Iabichino
Direttore creativo

Andrea Fagnoni
Chief Client Officer, Ipsos



dialogano con

DARIO SCACCHETTI
AD, StartupItalia



No purpose, no party.
Il primo evento dedicato ai Civic Brands

Powered by

Ipsos Iabicus.

Media Partner

StartupItalia

Supported by



OSSERVATORIO CIVIC BRANDS

presenta

GRAZIE PER AVER PARTECIPATO

No purpose, no party.

Il primo evento dedicato ai **Civic Brands**



Powered by

Ipsos labicus.

Media Partner

StartupItalia

Supported by

