

Conf
com



Asseprim
Business Services

I DATI EMERSI IN OCCASIONE DELL'EVENTO BRAND ON THE GROUND

PER UN ITALIANO SU DUE L'IMPEGNO DI UN'AZIENDA SUL TERRITORIO INFLUENZA SIGNIFICATIVAMENTE LE SCELTE DI ACQUISTO

Il presidente di Asseprim Umberto Bellini: "Le imprese possono costruire valore duraturo per le comunità e per il sistema economico in cui operano"

Per il 52% degli italiani l'impegno di un'azienda sul territorio può influenzare significativamente le scelte di acquisto, mentre oltre il 60% dichiara che migliorerebbe la propria opinione del brand in presenza di un impegno concreto e credibile per il territorio.

È quanto emerge dalla ricerca condotta da Ipsos Doxa presentata in occasione di **Brand on the Ground – Come i brand creano valore nei territori**, l'evento promosso in Confcommercio Milano da **OBE – Osservatorio Branded Entertainment e Asseprim Confcommercio**, dedicato al rapporto tra imprese, territori e comunità.

"Con Brand on the Ground, Asseprim e OBE hanno voluto promuovere un momento di confronto utile a leggere questa evoluzione e a mettere in dialogo imprese, istituzioni e professionisti su una delle dimensioni oggi più rilevanti nella costruzione del valore dei brand" commenta **Alessia Cicuto, membro del Consiglio Direttivo Asseprim e vicepresidente OBE**.

Nel corso dell'incontro, moderato da **Mattia Dognini** (Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza), i dati della ricerca hanno evidenziato un forte legame tra cittadini e contesti locali: l'88% degli intervistati dichiara di sentirsi legato al proprio territorio, mentre il 70% ritiene che necessiti di un forte intervento di miglioramento. A fronte di questa domanda diffusa, solo il 30% degli italiani considera oggi significativo il contributo delle aziende nei territori.

Il 66% del campione ritiene che le imprese dovrebbero impegnarsi molto di più nei contesti in cui operano, facendo emergere un divario tra ciò che le persone si aspettano dai brand e ciò che percepiscono oggi (*Territory Expectation Gap*).

La ricerca mostra infine che il coinvolgimento delle aziende è ampiamente legittimato: il 97% del campione ritiene giusto che le imprese intervengano nei territori, purché lo facciano in modo coerente e in collaborazione con le istituzioni. Per il 72% del campione, proprio la coerenza tra attività del brand e intervento territoriale rappresenta un fattore decisivo.

"Il territorio è oggi uno spazio di relazione, di fiducia e di responsabilità condivisa. Le imprese hanno l'opportunità di contribuire in modo concreto allo sviluppo dei contesti in cui operano, costruendo valore duraturo per le comunità e per il sistema economico" dichiara **Umberto Bellini, presidente di Asseprim**.

Milano, 22 giugno 2026

Conf
com



Confcommercio

ASSEPRIM

FEDERAZIONE NAZIONALE

SERVIZI PROFESSIONALI PER LE IMPRESE

Corso Venezia, 47 • 20121 Milano • Tel. 02 7750.452

segreteria@asseprim.it • www.asseprim.it