

NOTIZIE RECENTI < > **MERCATO** **LEROY MERLIN** ITALIA È NELLA TOP 20 DEL DIVE...

CONTATTI

f t in

Bricomagazine



EXPO & FORUM

HOME DISTRIBUZIONE PRODUZIONE **MERCATO** VIDEO PRODOTTI AGENDA SFOGLIA ONLINE



HOME > MERCATO > **LEROY MERLIN** ITALIA È NELLA TOP 20 DEL DIVERSITY BRAND INDEX



SFOGLIA ONLINE



NEWSLETTER

Inserisci la tua email...

MERCATO **STUDI E RICERCHE** 21 Aprile 2021 Raffaella Pozzetti

LEROY MERLIN ITALIA È NELLA TOP 20 DEL DIVERSITY BRAND INDEX



ALTRO ▼

I clienti premiano il retailer per la sua attenzione all'inclusione e alla diversità. Fra gli altri brand premiati, anche Ikea e Amazon.

Per gli italiani, **Leroy Merlin Italia** è uno dei brand più inclusivi, tanto da essere inserito nella **top 20 del Diversity Brand Index** (l'indice è frutto delle valutazioni di un comitato scientifico, sommate a quelle espresse dai consumatori, e raccolte tramite web survey).

Il riconoscimento premia l'**impegno di Leroy Merlin nel promuovere costantemente l'inclusione e la diversità**, con l'obiettivo di valorizzare e integrare le differenze e creare un beneficio per tutti: dal lavoratore all'azienda, fino alle comunità in cui opera.

Questa strategia contributiva ha portato l'insegna, per esempio, a sviluppare il **progetto (R)GENERIAMO**, impresa benefit che promuove un'economia che valorizzi, in un'ottica imprenditoriale, le persone nella loro diversità e le renda protagoniste nell'attuale sistema di mercato, **riconoscendo valore ai prodotti da loro realizzati e generando nuovi perimetri**.

Quanto agli altri brand che figurano nelle prime 20 posizioni del ranking Diversity Brand Index, troviamo anche diverse insegne del mondo della distribuzione, food e non food: da Carrefour a Esselunga, da Ikea a un e-retailer come Amazon. Fra le aziende non retail, segnaliamo almeno: Coca Cola, Google, Netflix.



ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER



DALLE INSEGNE



CRESCERE LA RETE SWITCH ON BY BRICO IO



DUE NUOVI PUNTI VENDITA BIGMAT NEL NORD EST



IN CHE CORSIA SI TROVA LA MERCE? LO DICE IL MONITOR 'TROVAPRODOTTO' DI LEROY MERLIN



HOMEBASE E NEXT: SE IL GARDEN SPOSA L'ABBIGLIAMENTO



BRICOCENTER LANCIA L'E-COMMERCE DI PROSSIMITÀ

VEDI TUTTI GLI ARTICOLI »