

7 Maggio 2024

Forbes riconosce Subaru come miglior brand automotive per l'impatto sociale per il secondo anno consecutivo

Subaru Corporation è lieta di annunciare che Subaru è stata ancora una volta riconosciuta da Forbes come uno dei migliori marchi per quanto riguarda l'impatto sociale negli Stati Uniti.

Per il secondo anno consecutivo, Subaru si è classificata al secondo posto assoluto nella lista dei "Best Brands for Social Impact 2024" stilata da Forbes e si è confermata il marchio numero uno nella categoria automobilistica.

La seconda Social Impact List annuale di Forbes è stata creata in collaborazione con HundredX e premia le aziende più apprezzate raggruppando le valutazioni di una survey suddivisa in quattro categorie: valori complessivi e fiducia del marchio, posizioni sociali, sostenibilità e supporto della comunità.*¹ Il sondaggio ha analizzato le risposte su marchi e prodotti di oltre 185.000 consumatori, raccogliendo quasi 4,5 milioni di valutazioni su oltre 3.000 marchi unici. Una tendenza notata quest'anno è stata che i marchi hanno ottenuto risultati particolarmente positivi quando i clienti hanno potuto vedere il loro impatto nelle comunità locali, il che è in linea con l'impegno di Subaru e dei suoi rivenditori nel sostenerne le strategie nel territorio statunitense.

"Forbes' Best Brands for Social Impact" riconosce le aziende in base ai loro valori, alla sostenibilità e al sostegno della comunità. Le risposte sono state raccolte attraverso un sondaggio online da marzo 2023 a febbraio 2024, chiedendo ai consumatori di valutare marchi e prodotti in più di una dozzina di categorie, tra cui qualità, valore, servizio clienti e altro ancora.

Ulteriori informazioni sui migliori marchi di Forbes per l'impatto sociale 2024, su [Forbes.com](https://www.forbes.com)

Per realizzare la sua visione di "offrire felicità a tutti", Subaru adempierà alla propria responsabilità sociale d'impresa e fornirà "Enjoyment and Peace of Mind" ai clienti e agli altri stakeholder promuovendo iniziative basate sulla Global Sustainability Policy di Subaru. La Casa giapponese mira ad essere un'azienda veramente globale in cui ogni singolo dipendente guida una crescita sostenibile, continuando al contempo i propri sforzi per contribuire alla realizzazione di una società armoniosa e sostenibile.

Su sostenibilità e impegni di corporate social responsibility del Gruppo Subaru:

<https://www.subaru.co.jp/en/csr/>

*1: In inglese: Overall Brand Values and Trust, Social Stances, Sustainability, and Community Support.

#

Su Subaru Italia S.p.A

Subaru Italia S.p.A è una società costituita nel 1985 impegnata nella commercializzazione di vetture, ricambi e accessori del Marchio giapponese. Dal 2009 Subaru Italia è una società interamente controllata da Subaru Europe NV/SA. Con sede operativa a Milano dal 2013, Subaru Italia, oltre al territorio nazionale, è responsabile dei mercati di Austria, Slovacchia, Slovenia, Croazia, Bulgaria, Romania e Grecia sui quali distribuisce veicoli, ricambi ed accessori attraverso una rete di oltre 100 rivenditori e più di 200 officine autorizzate.