



2018 EDELMAN  
EARNED BRAND

## L'ACHAT SELON LES CONVICTIONS EN FRANCE

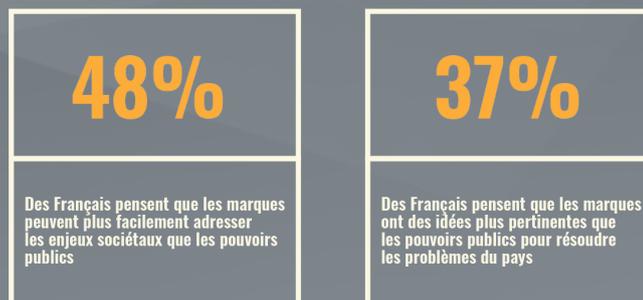


## UNE COMMUNICATION ENGAGÉE PLUS EFFICACE QUE LA COMMUNICATION PRODUIT



Selon les consommateurs français

## L'ENGAGEMENT SOCIÉTAL DES MARQUES : UNE RÉALITÉ ATTENDUE PAR LES CONSOMMATEURS FRANÇAIS



## LE EARNED MEDIA : MOYEN PRIVILÉGIÉ POUR ENGAGER

