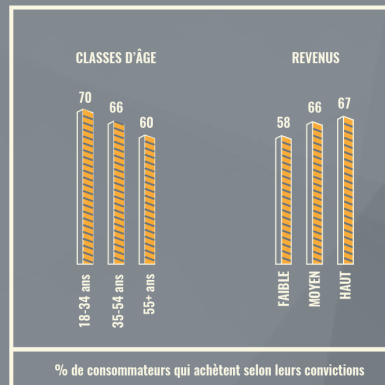
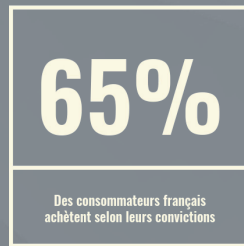


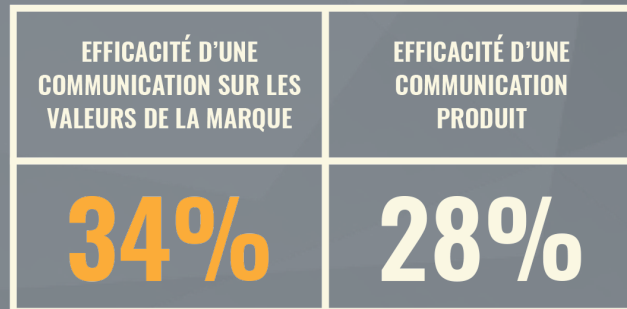


2018 EDELMAN
EARNED BRAND

L'ACHAT SELON LES CONVICTIONS EN FRANCE

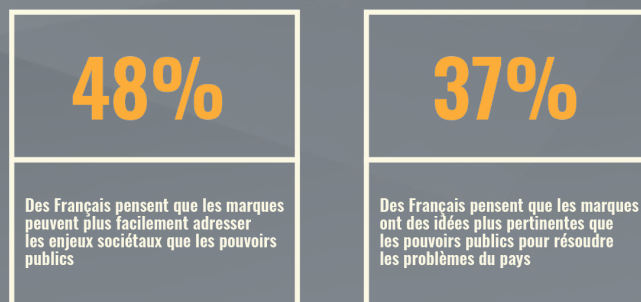


UNE COMMUNICATION ENGAGÉE PLUS EFFICACE QUE LA COMMUNICATION PRODUIT



Selon les consommateurs français

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



LE EARNED MEDIA : MOYEN PRIVILÉGIÉ POUR ENGAGER

