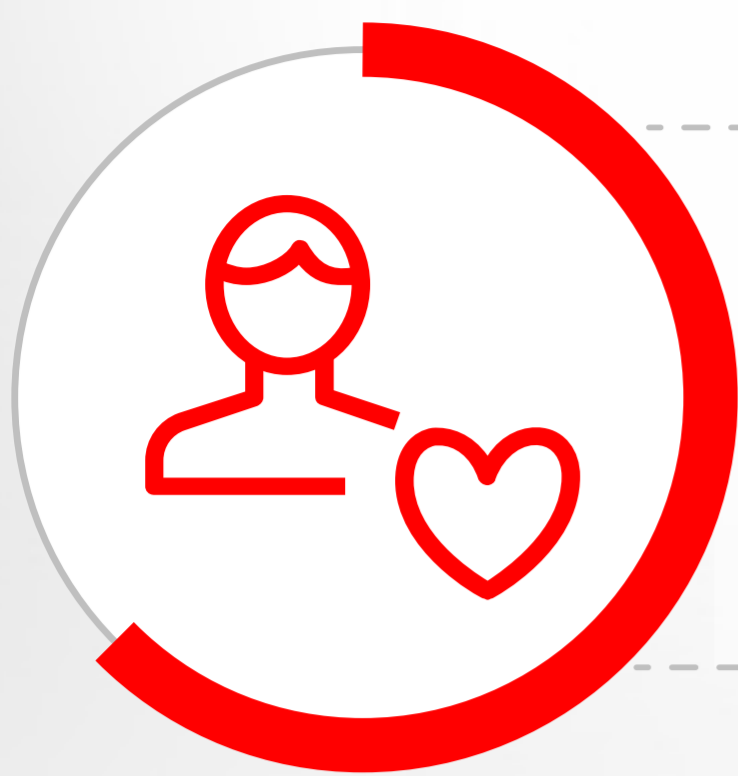


LES MARQUES SONT UN BIEN COMMUN



60% des consommateurs

français souhaitent que les entreprises s'engagent sur les sujets qui leur tiennent à cœur.

Les consommateurs veulent des marques qui s'alignent avec leurs valeurs et incarnent quelque chose de plus vaste que ce qu'elles vendent.

Ces exigences constituent une opportunité pour les entreprises d'améliorer leur rentabilité et de prouver leur compétitivité.

Les consommateurs français défendent activement les marques auxquelles ils adhèrent et se défient des autres.

80%

souhaitent plus de transparence de la part des marques

53%

estiment que les discours, les actions, les valeurs et les convictions des cadres dirigeants et des employés d'une entreprise influencent leurs décisions d'achat

60%

considèrent que les entreprises qui communiquent activement sur leur engagement sociétal sont plus attractives que les autres

22%

expriment leur mécontentement ou leurs reproches sur les réseaux sociaux lorsqu'ils sont déçus par les discours ou les actions d'une marque sur un sujet sociétal

49%

font part de leur mécontentement ou de leurs reproches à leur entourage lorsqu'ils sont déçus par les discours ou les actions d'une marque sur un sujet sociétal

43%

se détournent d'une marque lorsqu'ils sont déçus par ses discours ou ses actions sur un sujet sociétal

43%

sont prêts à donner une seconde chance à la marque si celle-ci résout ce problème de confiance en leur donnant pleinement satisfaction

48%

attendent des dirigeants d'entreprises qu'ils s'engagent sur les questions politiques et sociétales

63%

estiment que les actions de protestation individuelles peuvent peser sur la façon dont les entreprises répondent aux enjeux politiques et sociétaux



Contactez nos experts pour en savoir plus sur la façon dont l'engagement peut améliorer votre compétitivité.

www.accenture.com/BrandPurpose



@AccentureStrat



www.linkedin.com/company/accenture-strategy