BAROMÈTRE DE L'ENGAGEMENT

BRAND'GAGEMENT ® – ÉDITION 2021

CONTRIBUTION AU BIEN COMMUN

Pour 86%
des Français, la contribution des entreprises au bien commun est devenue un impératif

96% des moins de 30 ans

93% des femmes

NOUVEAUX USAGES

Montée en puissance des nouveaux usages liés au bien-être et aux nouveaux modèles transactionnels

62% ont une alimentation équilibré

50% pratiquent une activité pour se reconnecter avec la nature

22% font du troc

CONFIANCE

Horizontalisation de la prescription (pairs, clients) au détriment de la parole des marques

65% des jeunes font confiance aux avis clients

VS

20% aux marques

INDICE SYNTHÉTIQUE PI© (POSITIVE IMPACT)

PI = Scores [nouveaux usages + engagement] x Indice de confiance

Les marques les plus reconnues surperforment 4 fois les moins créditées

Doctolib
biocoop
1 2 3
YVES ROCHER

Contact : Antoine Mahy amahy-ext@tilt-ideas.com