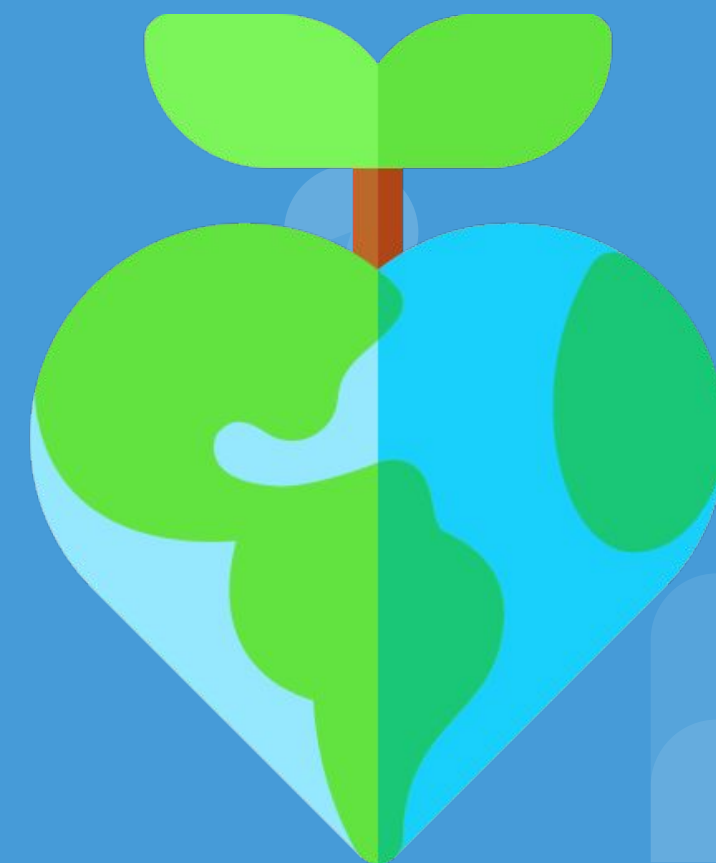
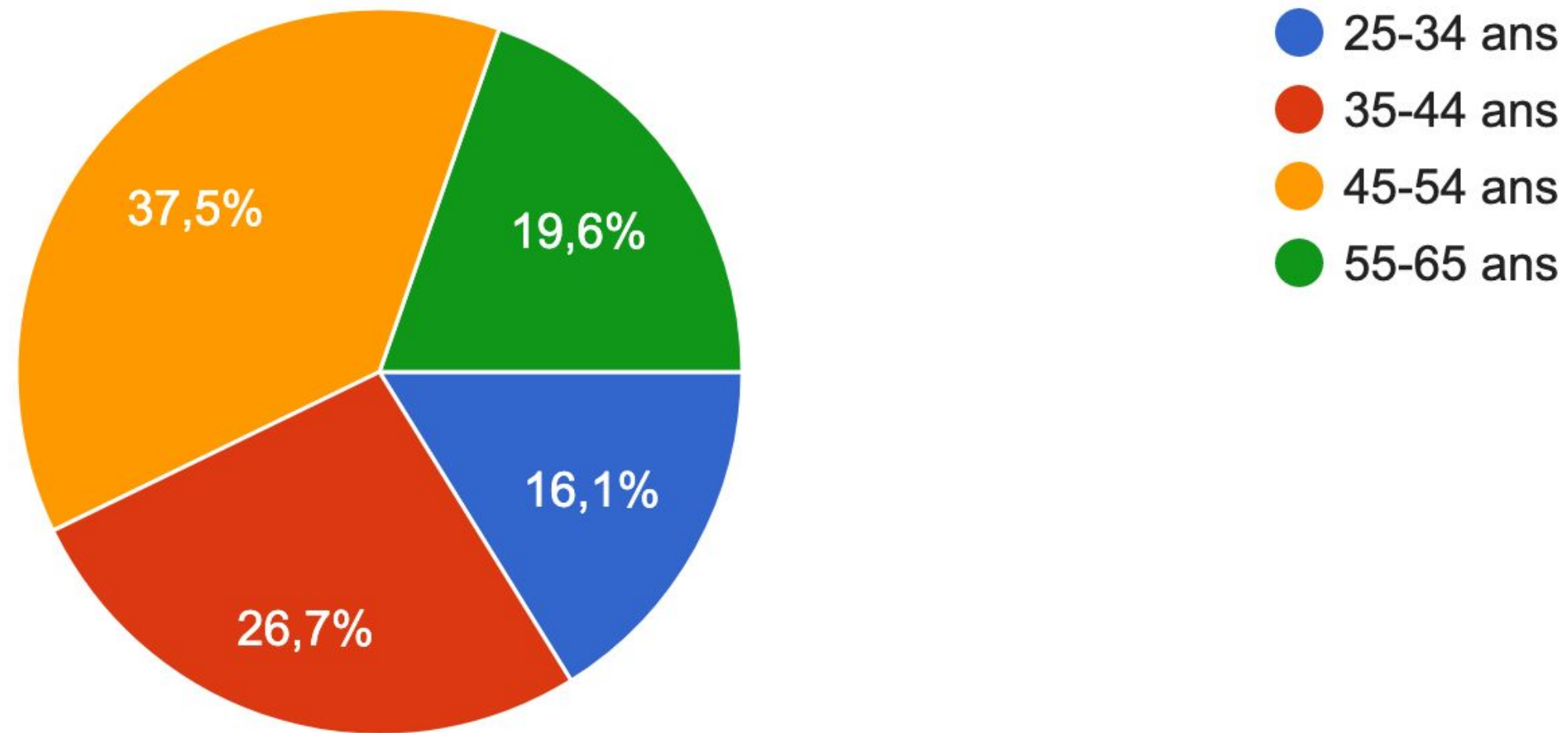




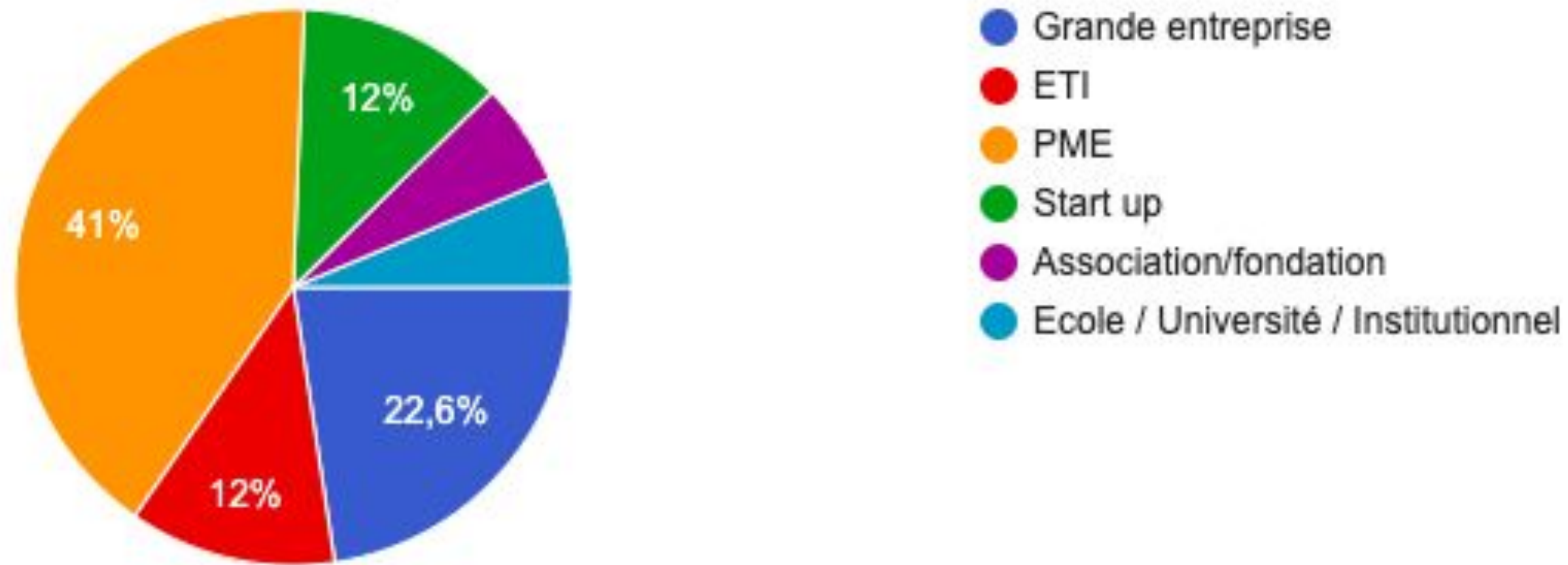
Passer de l'envie à l'action

- ❑ Date : 11/02/2021
- ❑ Répondants : presque 300 personnes dont une majorité de marketeurs et communicants.



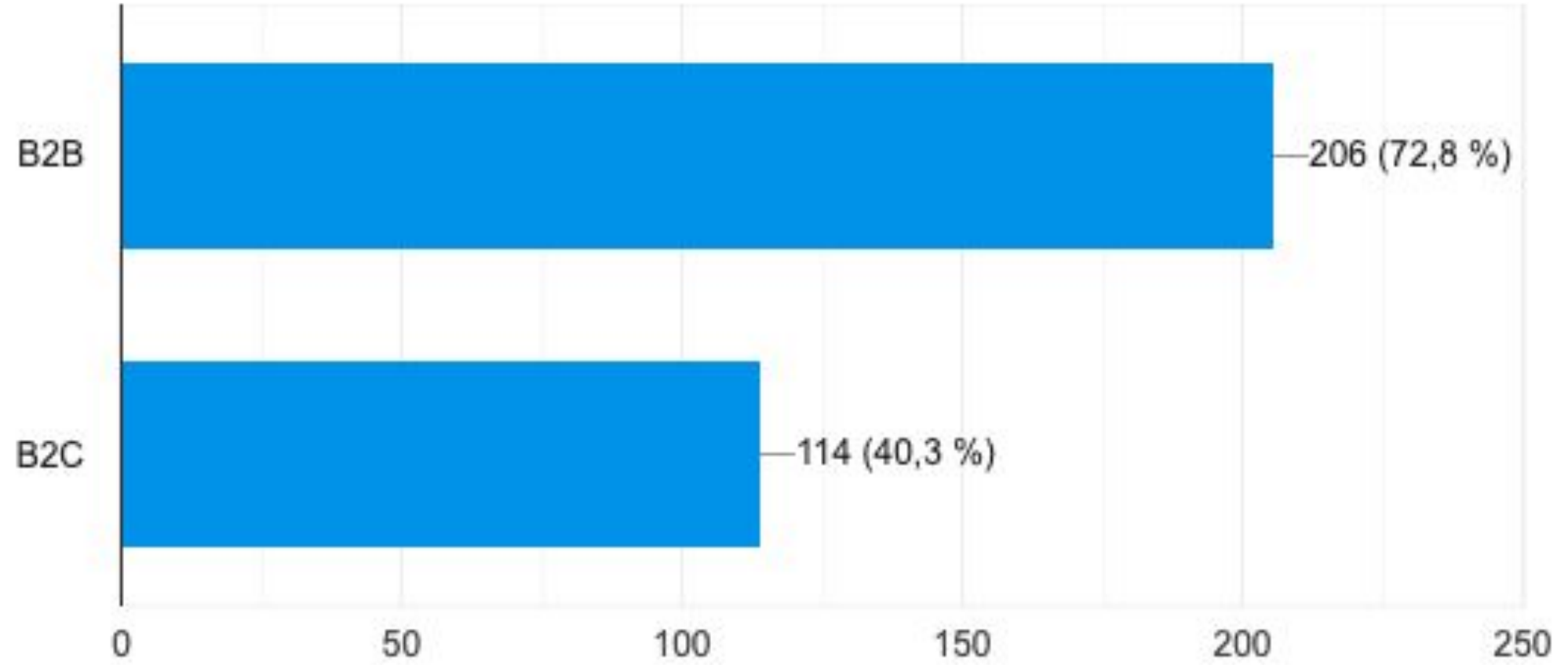
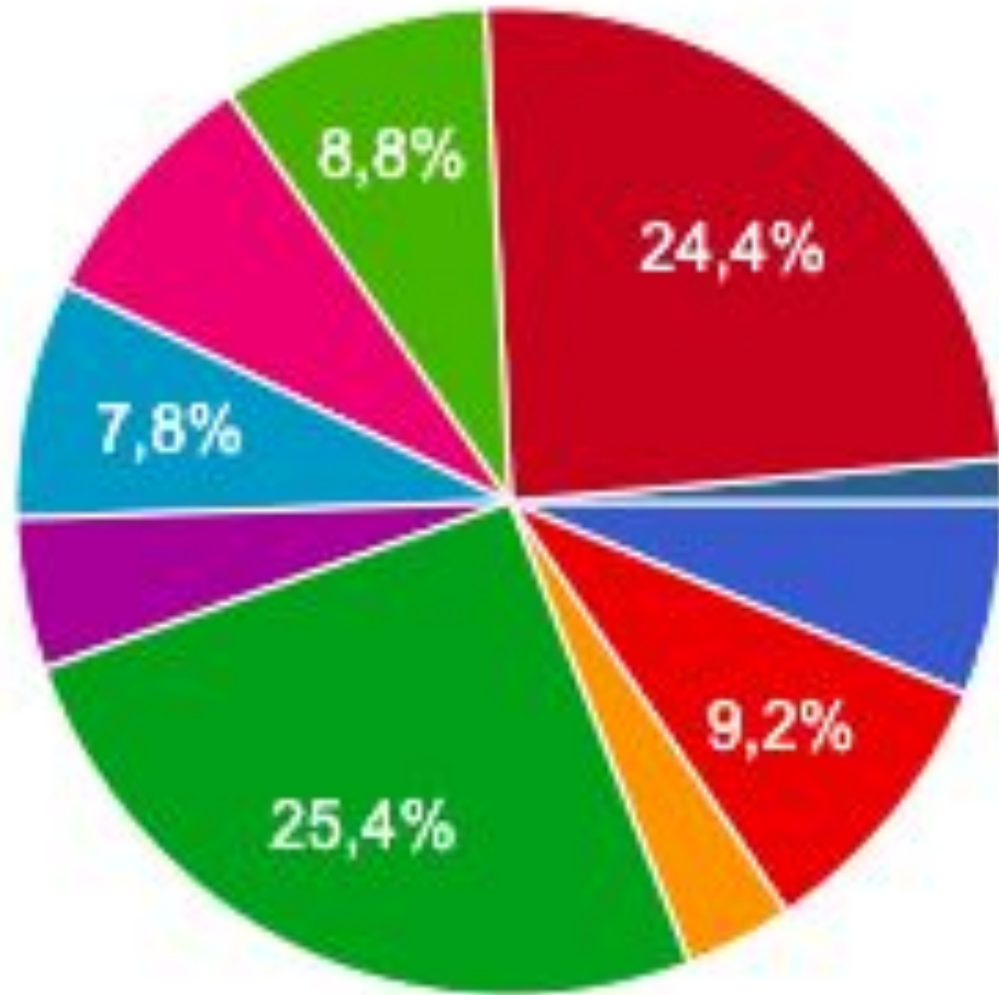


Des répondants de toutes les générations



Travaillant dans tous types d'entreprises

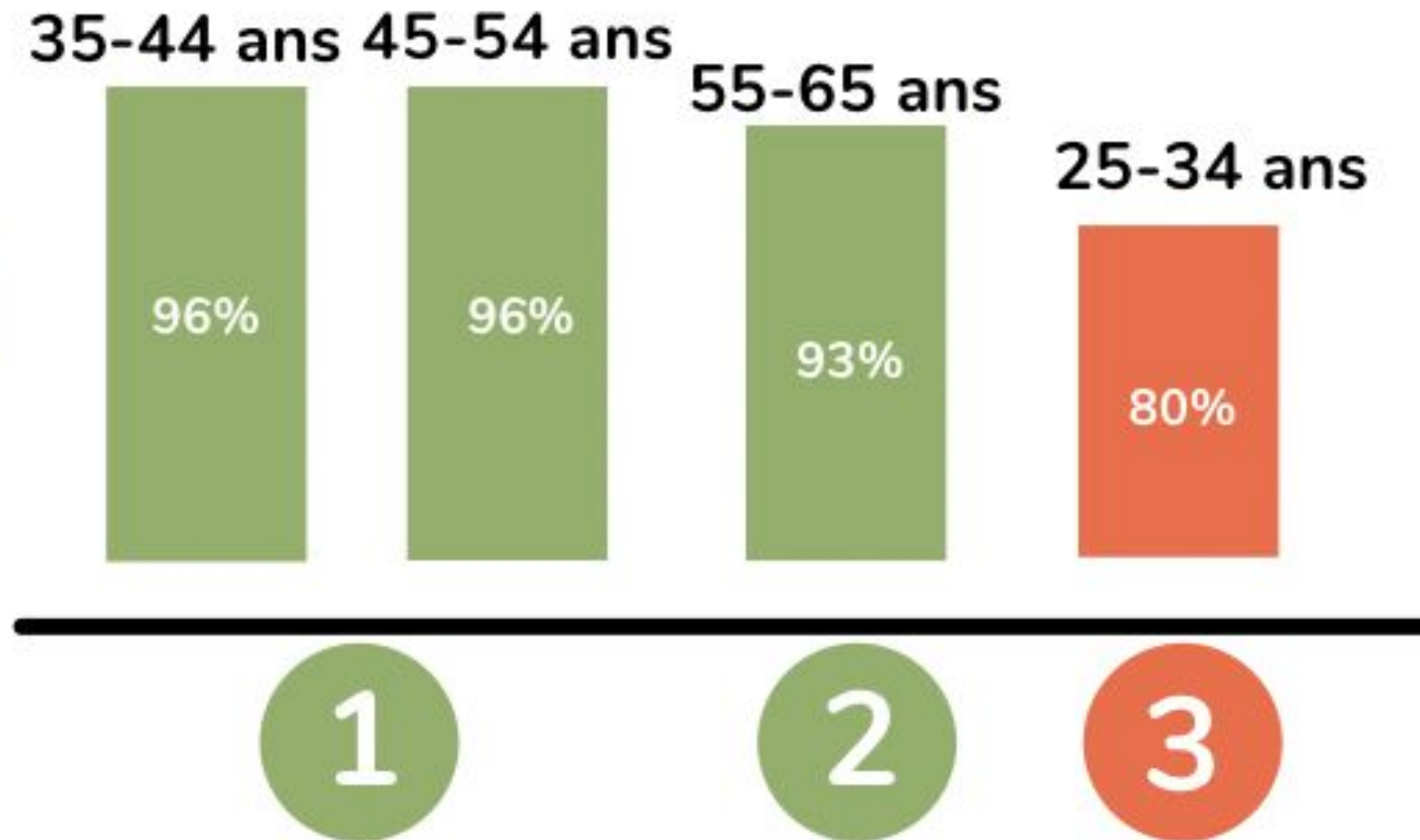
- Banque, finance, assurance
- Biens de consommation
- BTP, immobilier
- Conseil
- Distribution
- High Tech
- Industrie
- Média
- Services
- Transport, Logistique



Représentatifs de tous les secteurs d'activités

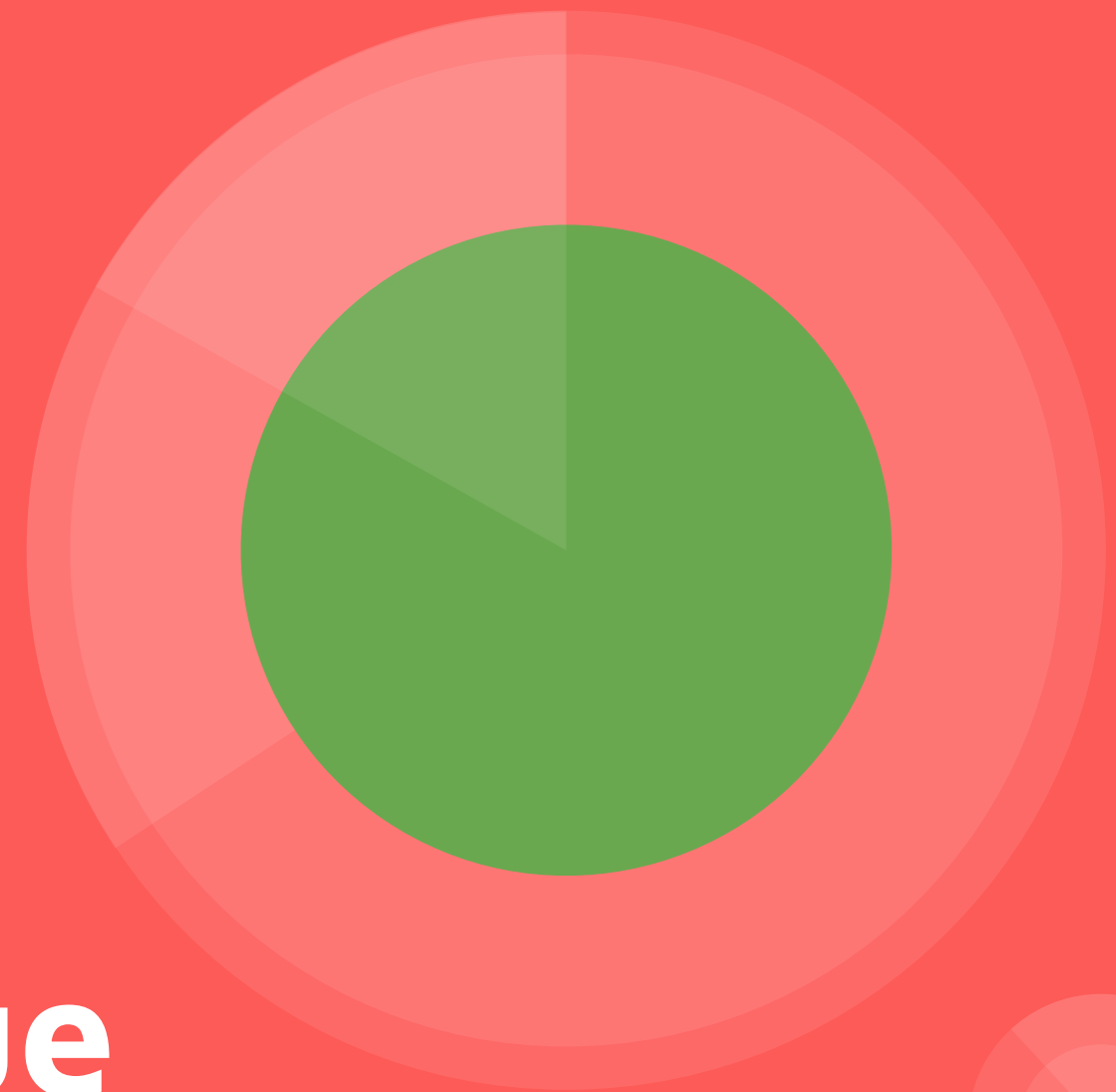
**93% des personnes
interrogées sont
personnellement
concernées par le
marketing
responsable**





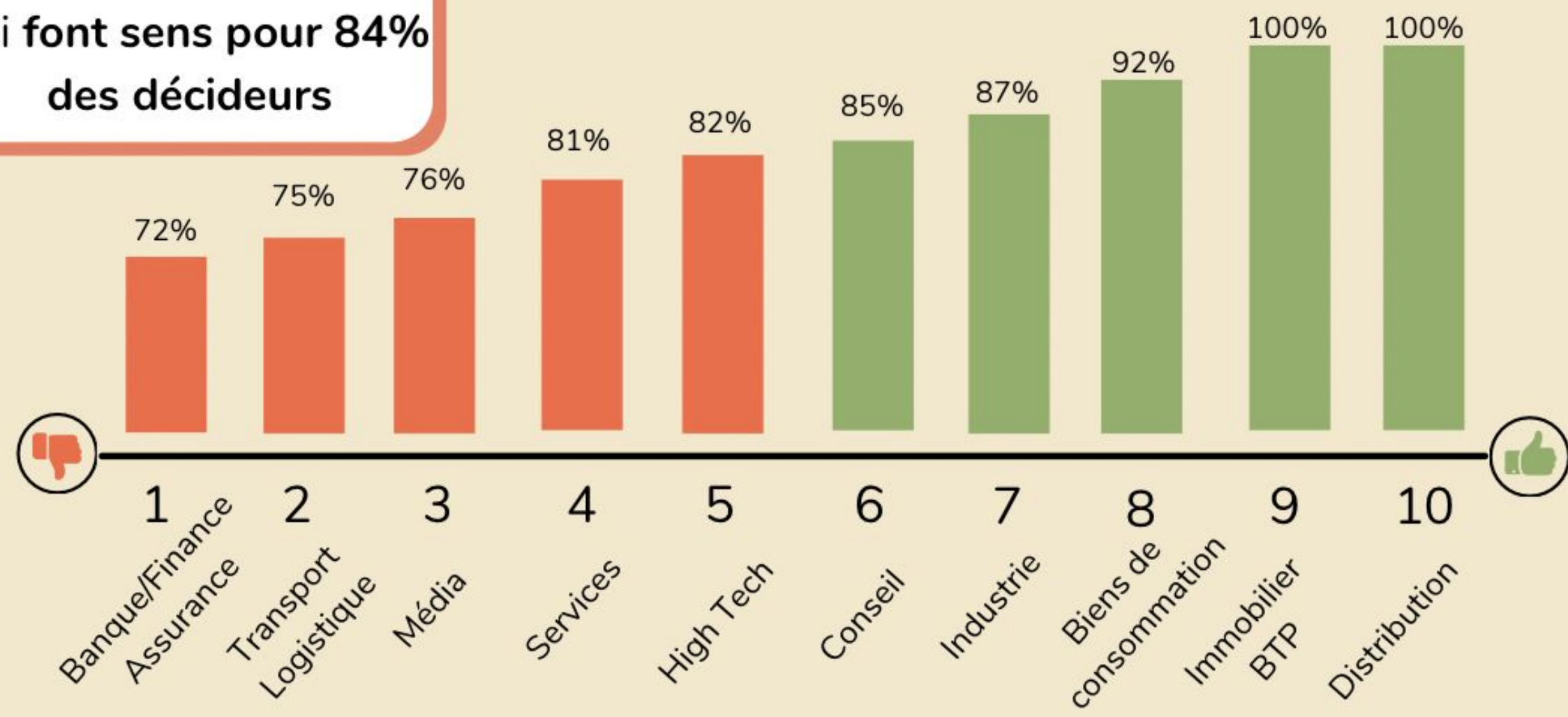
Personnellement concernés par le marketing responsable...
selon les âges.

**Pour 84% des
personnes interrogées
Le marketing
responsable est un
concept et une pratique
qui a du sens dans leur
secteur d'activité.**



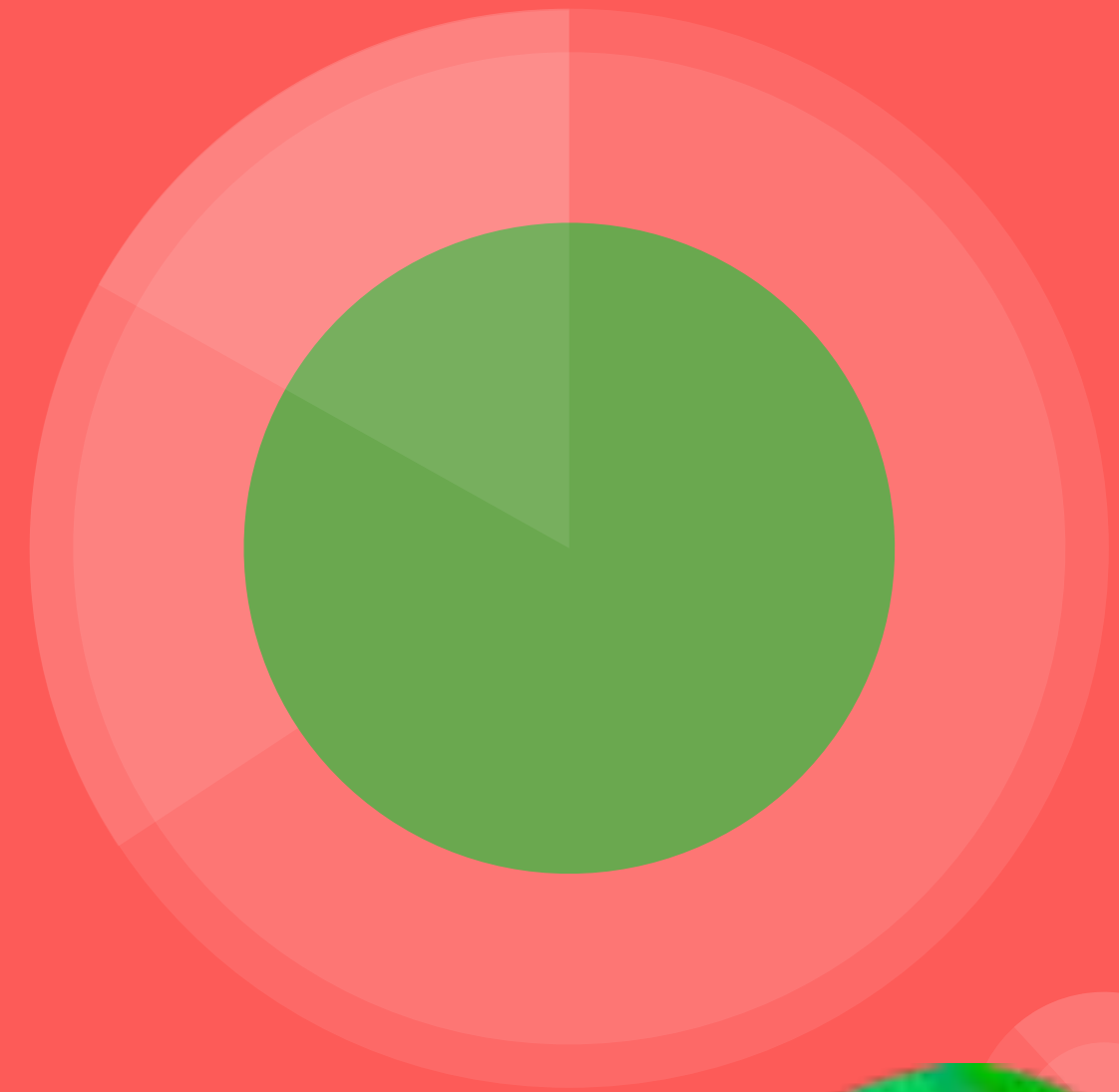
Le marketing responsable est un concept et une pratique qui font sens pour **84%** des décideurs

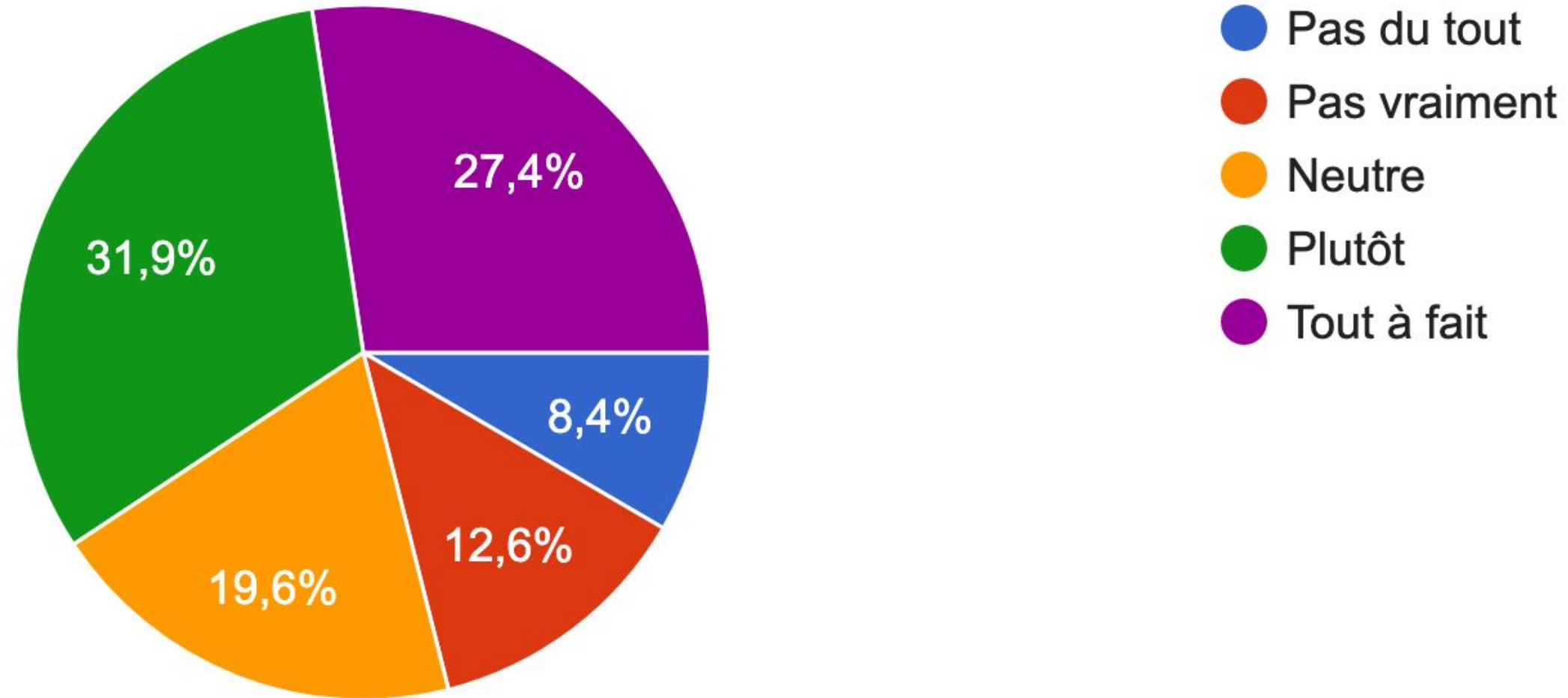
Répartition par secteur



Le marketing responsable est un concept et une pratique qui a du sens dans votre secteur d'activité.

**59% des entreprises
sont déjà engagées
dans une démarche
de marketing
responsable.**



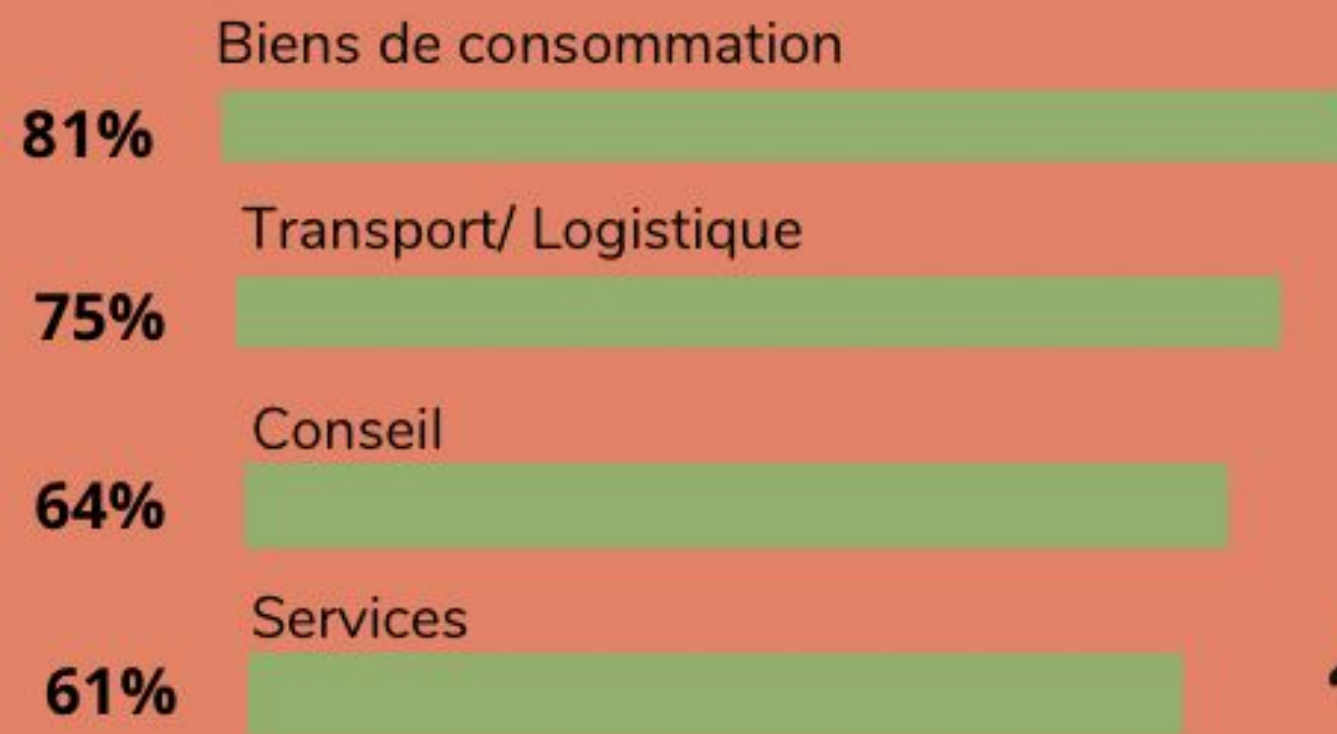


Est-ce que votre entreprise est déjà engagée dans une démarche de marketing responsable ?

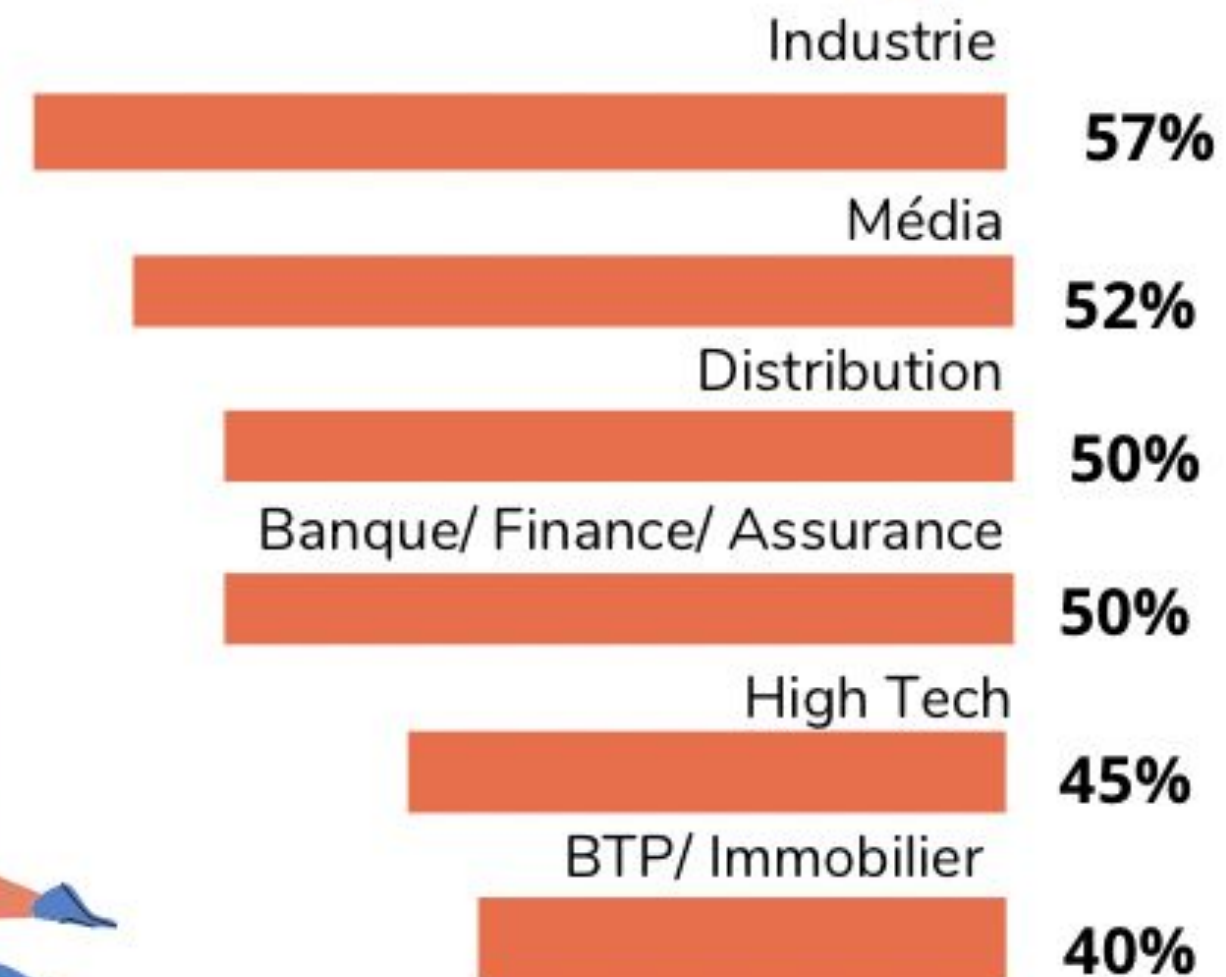
59 % des décideurs évoluent dans une entreprise déjà engagée dans une démarche de marketing responsable !



Les plus engagés



Les moins engagés



votre entreprise est déjà engagée dans une démarche de marketing responsable

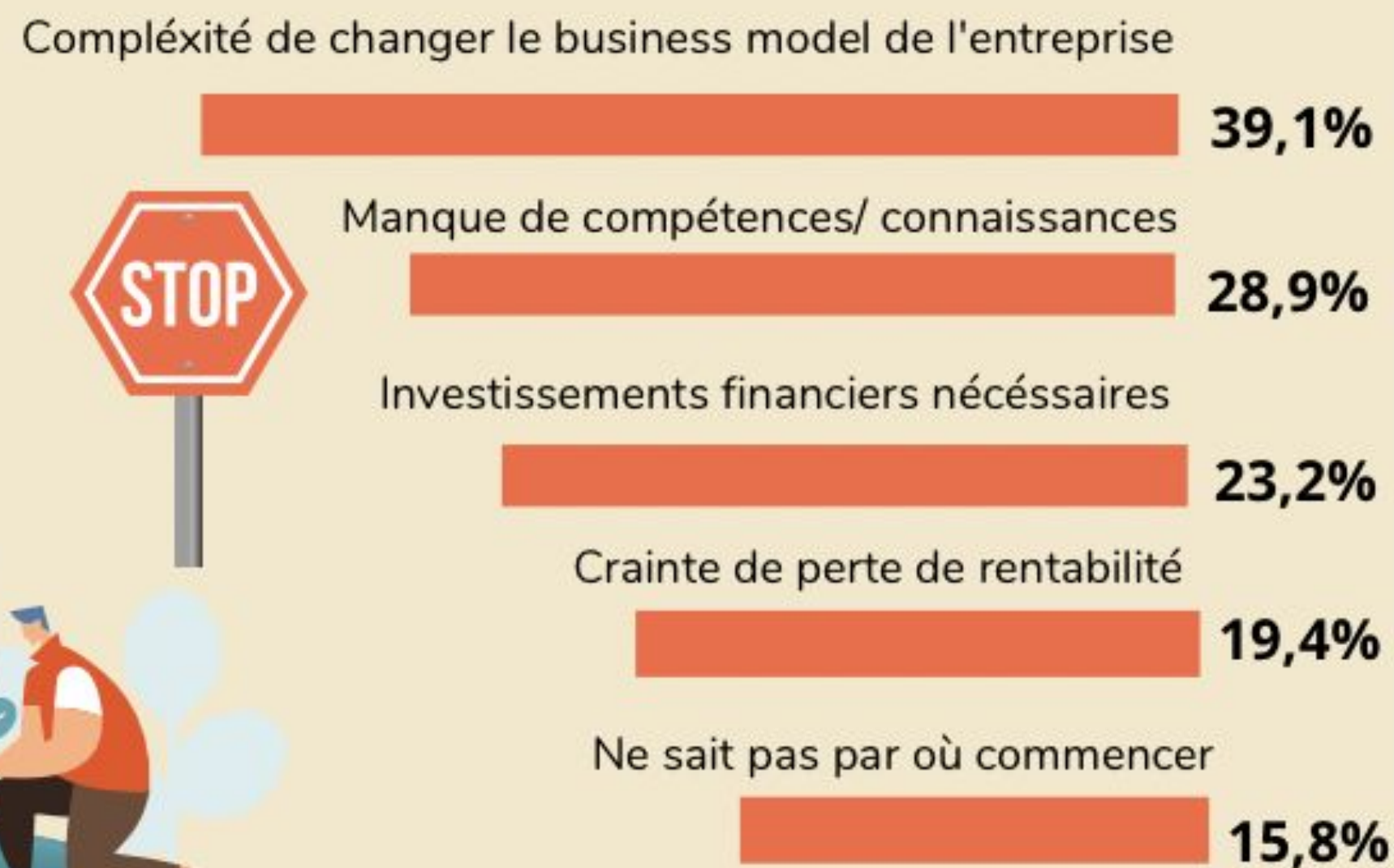
**Quelles sont les
raisons qui poussent
les répondants à
s'engager ?**

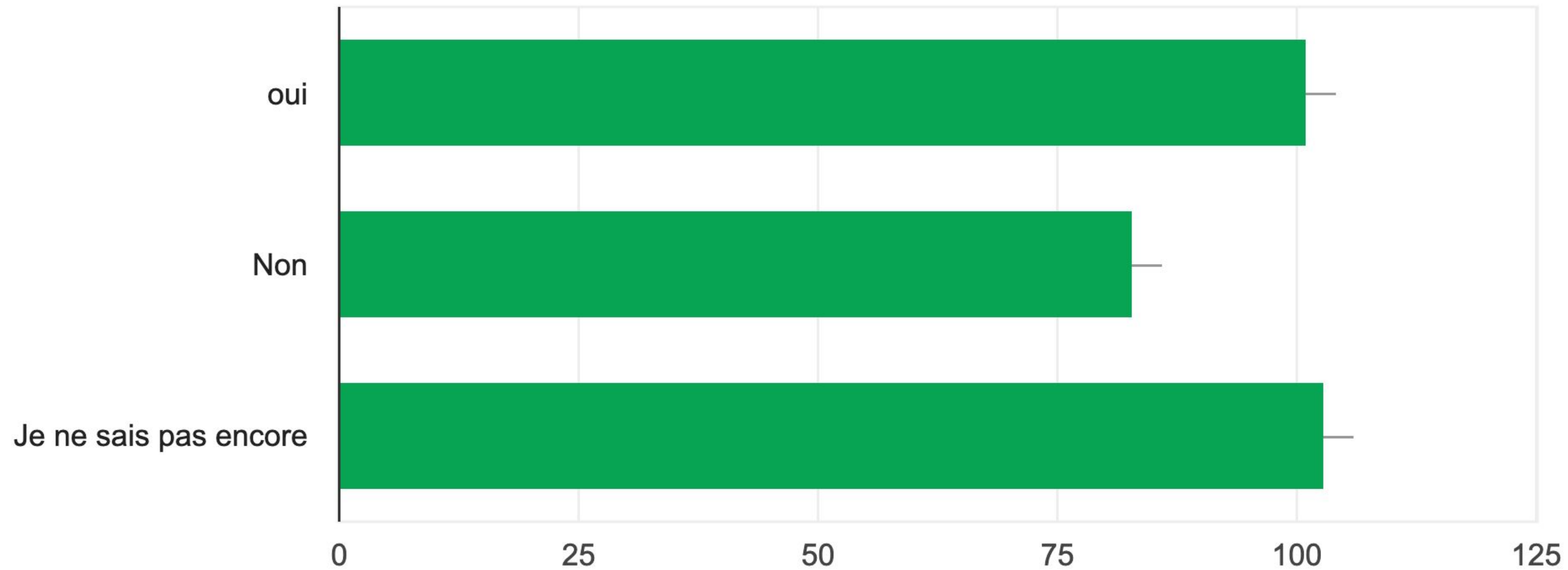


Les facteurs qui poussent les marketers à s'engager



Les freins rencontrés en interne pour se lancer dans le marketing responsable

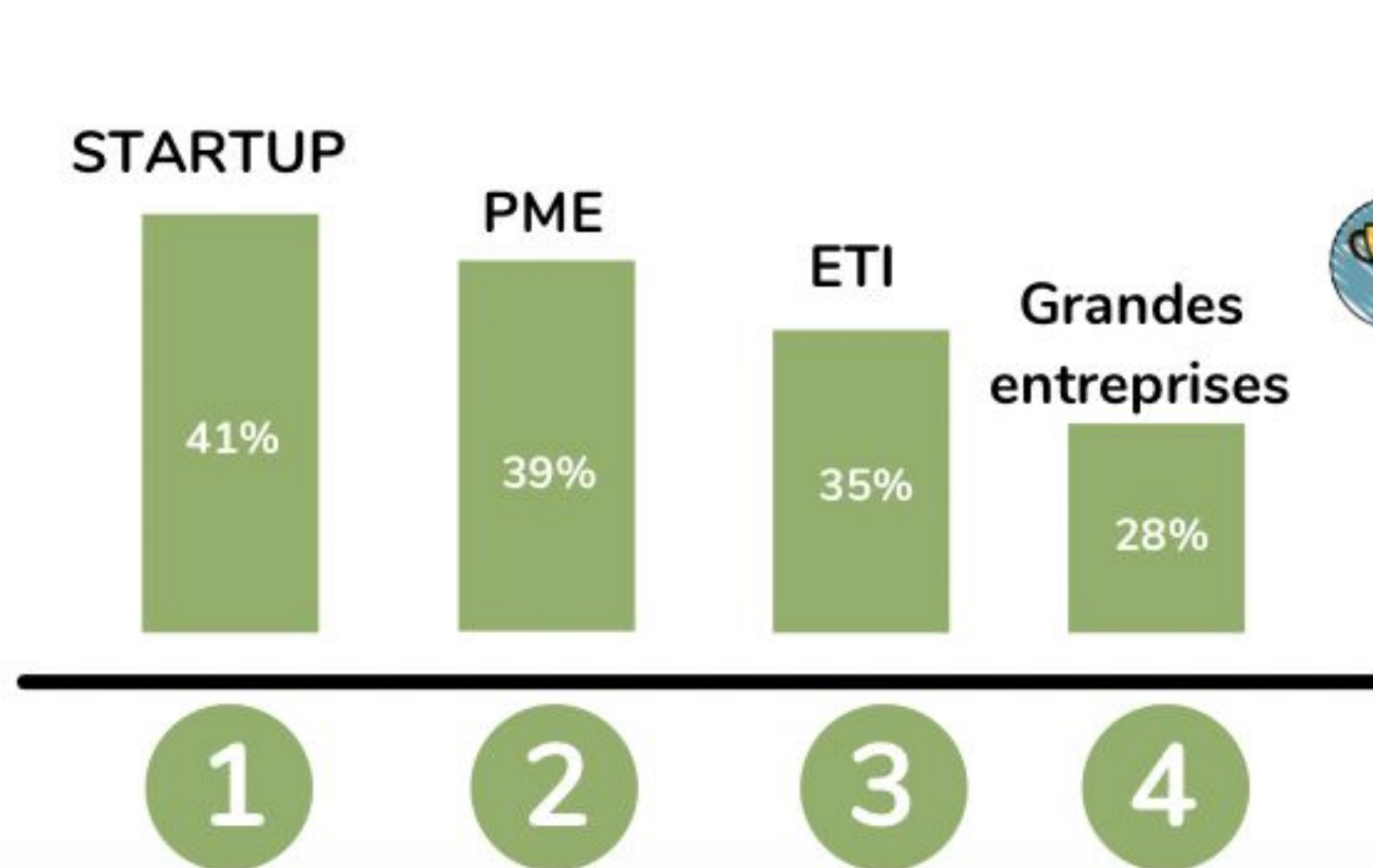




Des répondants qui ont besoin d'aide pour s'engager.

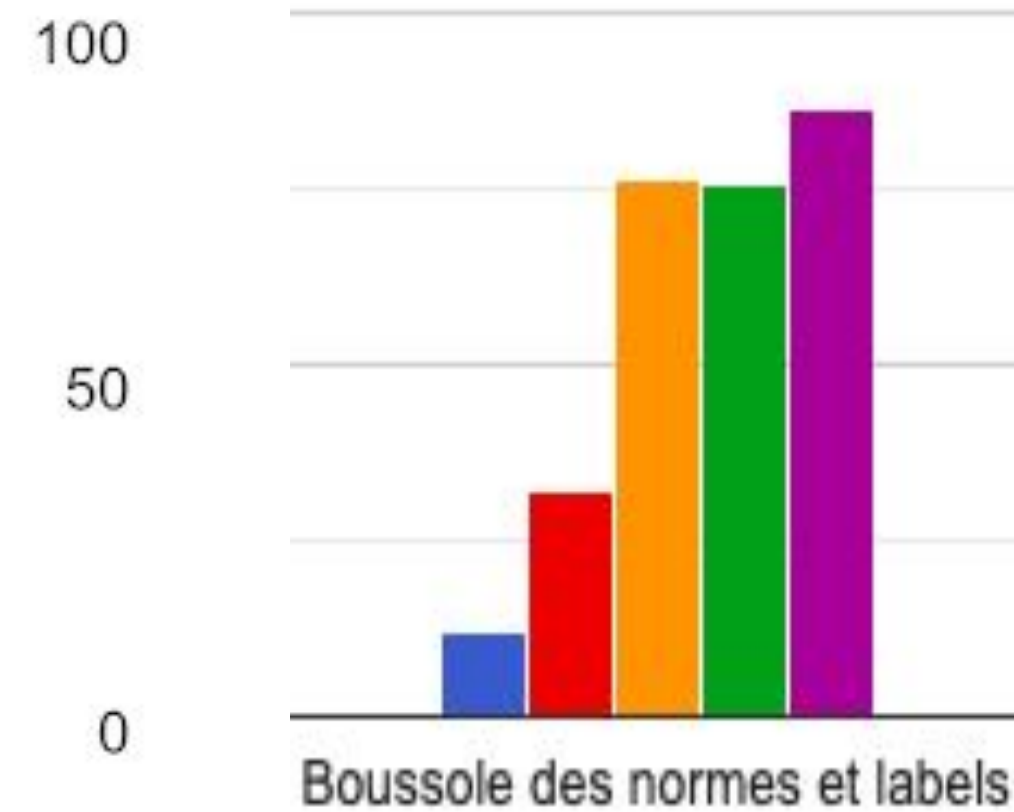
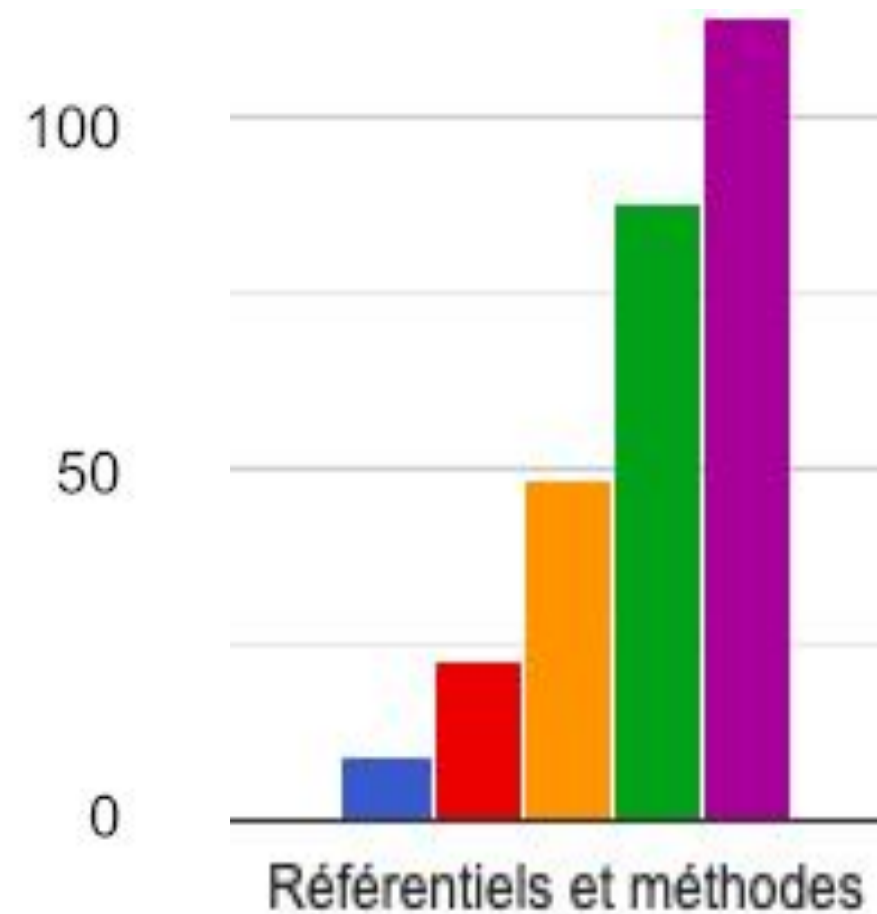
Les types d'entreprises les plus en demande de solutions...

35% des répondants révèlent avoir besoin d'aide pour développer le Marketing Responsable au sein de leur entreprise





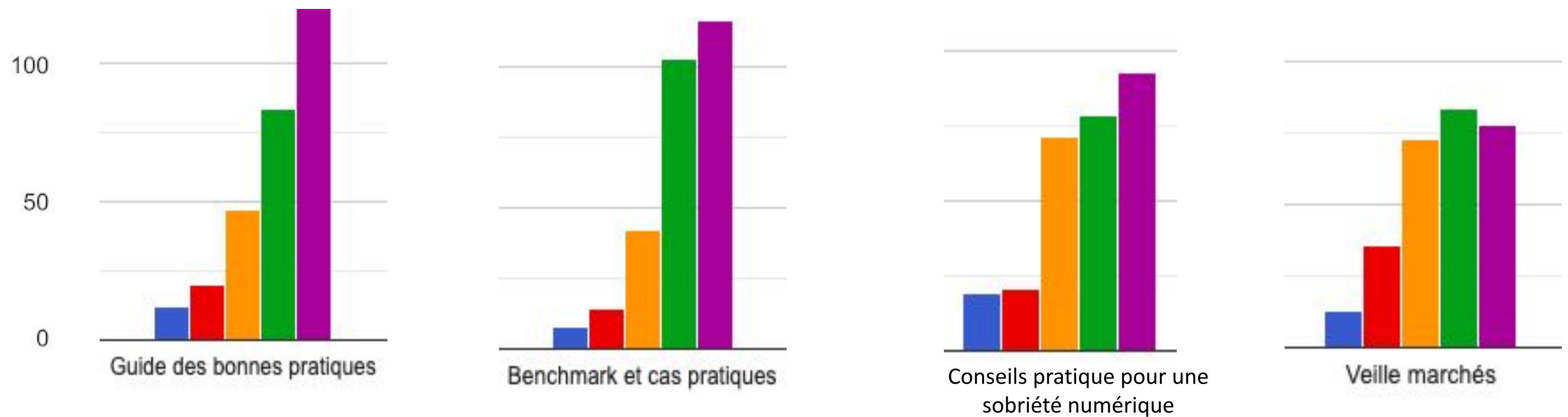
Le besoin de se repérer dans les labels



Sur la thématique du marketing responsable, dans quelle mesure diriez-vous que les actions suivantes seraient utiles pour vous et votre entreprise...



L'envie de partager les bonnes pratiques

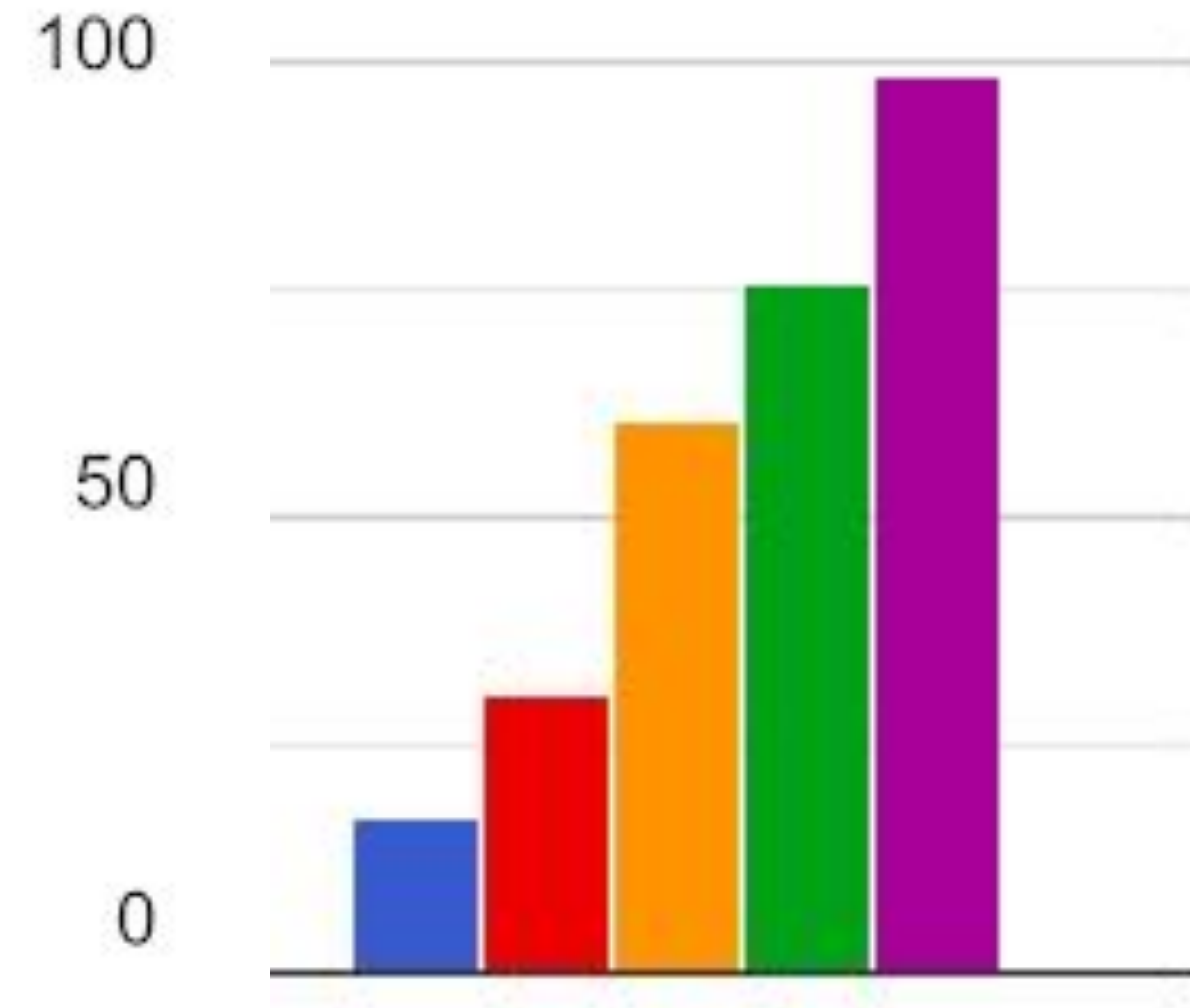


Sur la thématique du marketing responsable, dans quelle mesure diriez-vous que les actions suivantes seraient utiles pour vous et votre entreprise...



Associer le marketing responsable à la création de valeur

Sur la thématique du marketing responsable, dans quelle mesure diriez-vous que les actions suivantes seraient utiles pour vous et votre entreprise...



Créer de la valeur économique sur son offre

Pour s'engager ... **RESPONSABLE** by ADETEM

catherine.reju@adetem.net

