

Paris, le 25 mars 2021.

Revue Good & Ethic trends

En réaction aux différentes crises, sanitaires, environnementales, économiques et sociétales, les marques prennent position.

RSE, Entreprises à mission ou Com for Good... peu importe le terme, l'engagement est de rigueur afin de répondre aux nouvelles attentes des consommateurs.

L'agence Nouveau Monde s'est penchée sur ces enjeux sociétaux et environnementaux d'un modèle économique en pleine mutation.

On ne vend plus un produit ou un service sans prendre en compte ces enjeux quelques soient les secteurs d'activité. Il n'y a plus de distinction entre la communication de marque et la communication produit, les deux fusionnent pour laisser place à une communication vertueuse, utile et créative.

Désormais, les consommateurs attendent de la part des entreprises des preuves d'exemplarité pour motiver leurs achats et gagner leur confiance.

Alors comment s'adresser aux 83% des français qui jugent que la com for Good est une bonne chose ?

Ce décryptage est un condensé de chiffres clés, d'insights et de cas concrets mettant en exergue ces nouvelles pratiques qui transforment les modèles classiques.

=> [Télécharger la revue.](#)

À propos :

Basée à Lyon et Paris, Nouveau monde, est une agence de 70 personnes organisée en un écosystème vertueux, qui combine créativité, stratégie, technologie, data et média pour imaginer des communications au bénéfice des marques engagées et de leur business.

L'agence accompagne les annonceurs ambitieux qui réagissent au monde qui les entoure afin de construire les marques qui font exister demain et de créer une ligne de confiance avec leur audience.

Contact presse :

Marlène Cherel, 06.80.20.82.11, marlene.cherel@nouveaumonde.fr