

Unilever bouleverse sa stratégie marketing vis-à-vis des enfants

Soucieux d'améliorer son impact sociétal et son image, le groupe Unilever multiplie les décisions-choc : après un recentrage de son portefeuille de marques sur les produits positifs et éthiques, le groupe vient d'annoncer l'arrêt des campagnes média et Social Media à destination des enfants.

Veillez utiliser le formulaire pour vous connecter

Vous souhaitez être abonné ? envoyez nous un email

Vous avez oublié votre mot de passe ?

Se connecter