

Covid-19 : l'impact du confinement sur la publicité et l'engagement des marques

Alors que la crise sanitaire a engendré une chute drastique des dépenses publicitaires, l'annonce du déconfinement prochain laisse espérer une reprise progressive des investissements, mais son rythme comme son ampleur varieront fortement d'un secteur économique à l'autre. Et face aux nouvelles attentes des consommateurs, les marques devront être demain davantage engagées. Dans leurs actes autant que dans leur discours.

[Veillez utiliser le formulaire pour vous connecter](#)

[Vous souhaitez être abonné ? envoyez nous un email](#)

[Vous avez oublié votre mot de passe ?](#)

Se connecter