

## 1 LA PRESSE, UN MÉDIA EFFICACE

ACPM  @ACPMFrance



**L'efficacité de la presse au rendez-vous avec Andros :  
+27% en impact sur le CA**

UN PLAN MEDIA PRINT ET DIGITAL PUISSANT  
(750 GRP EN PRINT / 200 MILLIONS DE PAP EN DIGITAL),  
90% DE COUVERTURE SUR CIBLE (F >35 ANS)

DES VIDÉOS PÉDAGOGIQUES, LES RÉSEAUX SOCIAUX  
ET 2 400 AMBASSADEURS / TESTEURS.

## IMPACT CA\* - TOTAL EXPOSÉS

COMPARAISON DES ACHATS  
RÉELS DES EXPOSÉS  
À LA CAMPAGNE VS ACHATS  
DES TÉMOINS  
(NON EXPOSÉS)



**+27%**

\*Une campagne est considérée comme efficace si l'impact sur les ventes est supérieur ou égal à 5%

Source : Food Brand Trust 2018, Prisma Media Solutions, CMI media, Mondadori Media Connect Kantar Worldpanel, du 30/04/18 au 04/11/2018

#DLPlapreuve