

1 LA PRESSE, UN MÉDIA EFFICACE

ACPM  @ACPMFrance

 Tweet



La passe de 3 !
3 créations presse papier, +30% de CA, le cas Quezac



CIBLE RDA
239 GRP
43 INSERTIONS
COUVERTURE = 60.4%
RÉPÉTITION = 4

IMPACT - TOTAL RDA

VALEUR



+30%

VOLUME



+24%

Source : Food Brand Trust 2018, Prisma Media Solutions, CMI media, Mondadori Media Connect
Kantar Worldpanel, Evolution du comportement d'achat des exposés et non exposés entre l'Avant campagne (08/01/18 au 04/03/18)
et le Pendant + Après campagne (05/03/18 au 29/04/18)

#DLPlapreuve