

21 LA PRESSE, LE LIEU DE TOUTES LES ÉMOTIONS

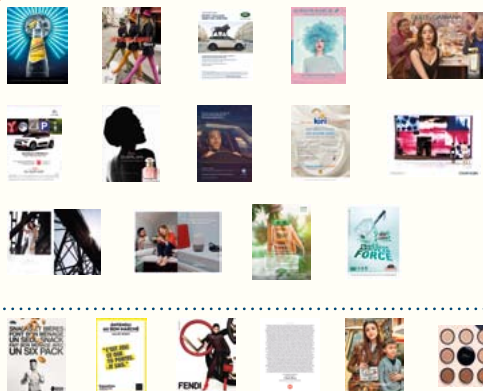
ACPM  @ACPMFrance



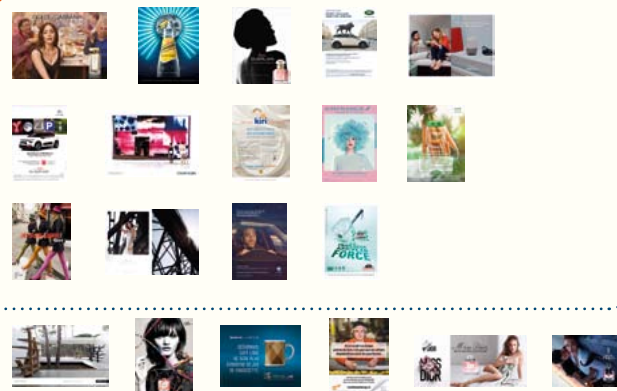
La joie dans une création presse est le driver le plus fort en terme d'engagement émotionnel



TOP 20 EN ENGAGEMENT ÉMOTIONNEL



TOP 20 EN JOIE



Source : Étude Sepm Marketing & Publicité, Opinion Way, Datakalab - Mai-juin 2018, « La presse à l'ère du digital »
70 annonces presse, méthodologie hybride: neurosciences (facial coding) et interviews déclaratives,
4 668 évaluations obtenues auprès d'un panel de 971 personnes représentatif des lecteurs de la presse magazine

#DLPlapreuve