

1 LA PRESSE, UN MÉDIA EFFICACE



LE SAMPLING MÉDIATISÉ COMME BOOSTEUR D'IMPACT

L'ACTION DE CO-DISTRIBUER UN PRODUIT (ÉCHANTILLON, LEAFLET, CATALOGUE...) AVEC LE JOURNAL EST UNE GARANTIE DE RENFORCER ENCORE L'IMPACT DE LA COMMUNICATION

SECTEUR GRANDE CONSO
(ALIMENTATION, BOISSON, HYGIÈNE BEAUTÉ)



*vs individus n'ayant pas reçu d'échantillon



Source : 20 Minutes

BDD Bilans de campagne 20 Minutes - moyenne sur 2014-2018 - 24 000 interviews, 90 campagnes

#DLPlapreuve