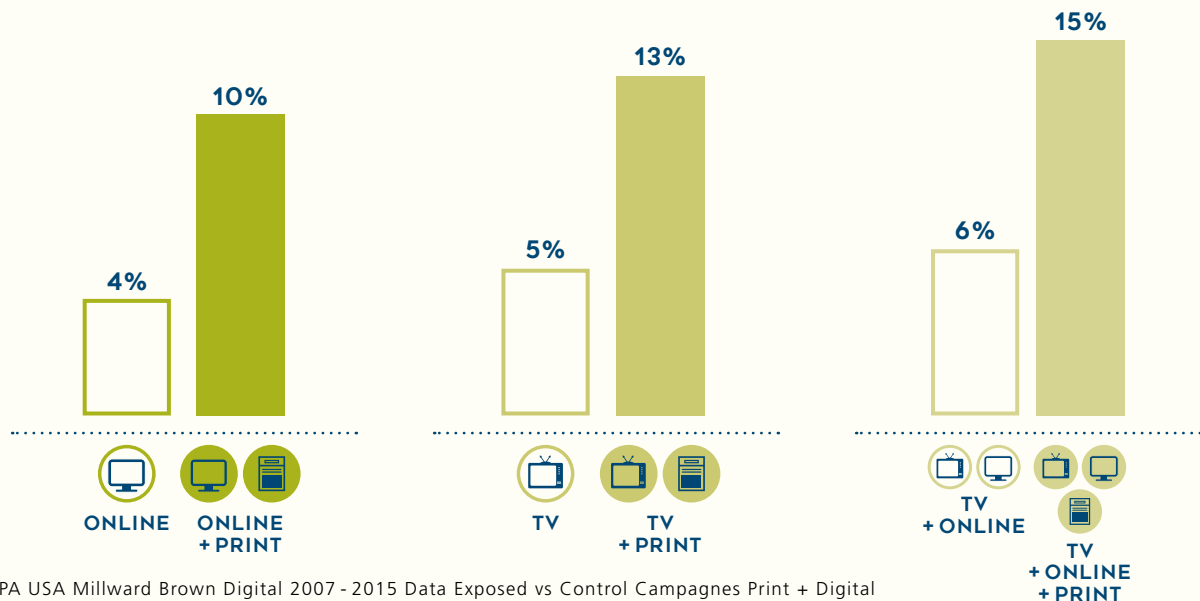


1 LA PRESSE, UN MÉDIA EFFICACE

ACPM  @ACPMFrance



La combinaison média optimale pour développer la notoriété : print + TV + internet



Source : MPA USA Millward Brown Digital 2007 - 2015 Data Exposed vs Control Campaigns Print + Digital incluant les journaux (< 10%) - Nb de répondants : Online 235 421, Print = 88 0146, Online 253 421, TV = 198 479
Online + Print = 30 588, TV + Print = 24 653, Online + TV = 91 019, Online + TV + Print = 10 967

#DLlapreuve