

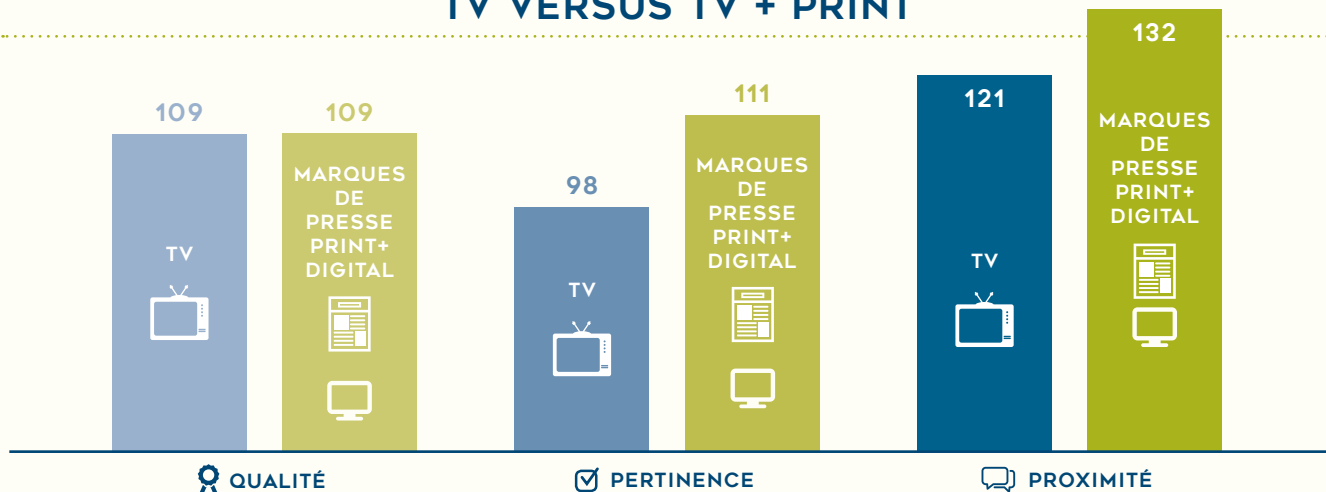
## 1 LA PRESSE, UN MÉDIA EFFICACE

ACPM  @ACPMFrance



**L'effet global marque de presse (print+digital) est net pour la pertinence et la proximité aux marques**

### TV VERSUS TV + PRINT



Source : Food Brand Trust 2018, Prisma Media Solutions, CMI media, Mondadori Media Connect  
IPSOS brand\*Lab (trade off), 1 000 RDA 18-65 ans, 4000 expériences TV Print Digital, Campagnes Plurimeida, 5 indicateurs la qualité perçue, la pertinence (la marque répond aux besoins des consommateurs sur son secteur, elle va remplir ses attentes pour ce type de produit), la proximité

#DLPlapreuve