

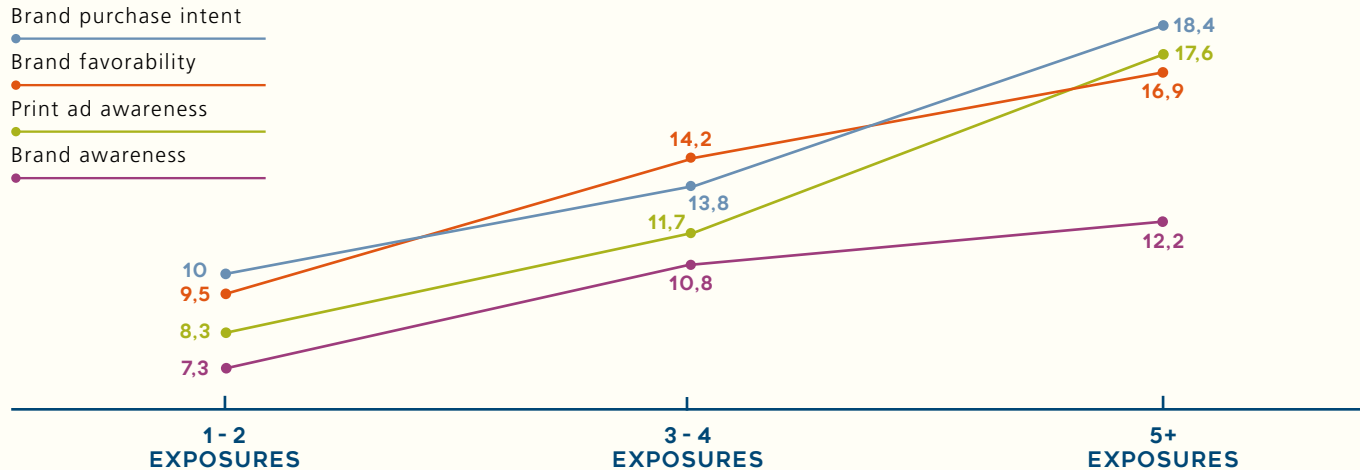
1 LA PRESSE, UN MÉDIA EFFICACE

ACPM  @ACPMFrance



**Notoriété, considération, intentions d'achat :
le print booste tous les KPI's du branding**

PERCENT LIFT WITH INCREASED EXPOSURE



Source : MPA USA Millward Brown Digital 2007 - 2015 Data Exposed vs Control Campagnes Print + Digital incluant les journaux (< 10%) - Nb de répondants : 1-2 Expos = 60 259, 3-4 expos = 12 638, 5+ expos = 14 789

#DLlapreuve