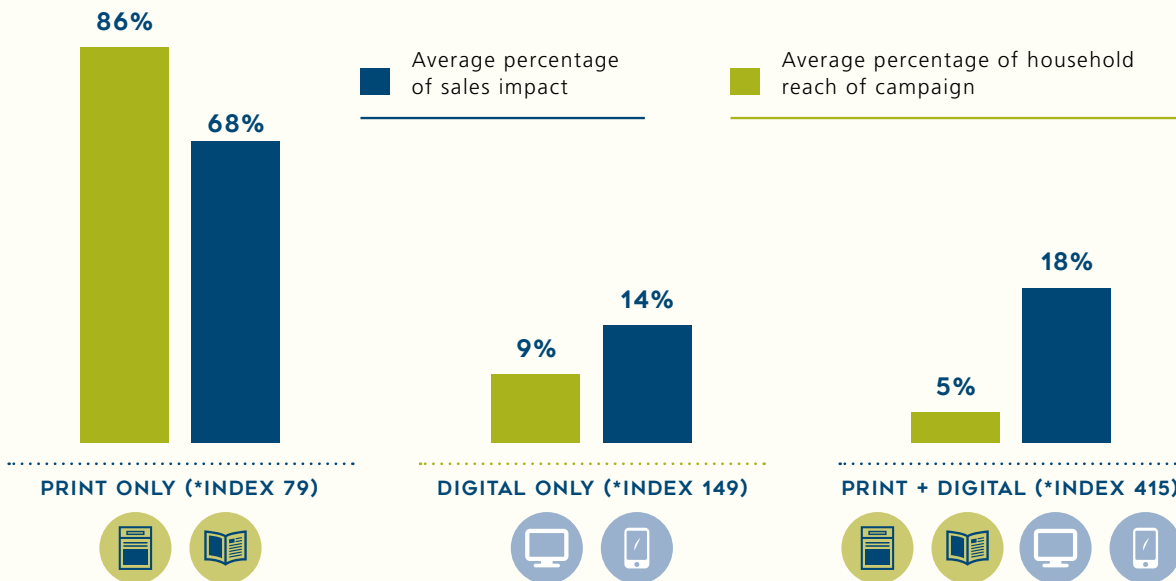


1 LA PRESSE, UN MÉDIA EFFICACE

ACPM  @ACPMFrance



Synergie print + digital = progression des ventes incrémentales



Source : MPA USA Nielsen Homescan 2014 - 2016 : moyenne d'indices analyse de 7 campagnes mesure des ventes par foyer

*index = % foyers reach / sales contribution

#DLPlapreuve