

## 2 LA PRESSE, UN CIBLAGE OPTIMAL

ACPM  @ACPMFrance



### La presse, le média des cibles Premium\*

ACPM Premium  
2016/2017. Répartitions  
des Premium calculées  
sur base des bornes PMG  
ensemble population,  
par média. Presse: nombre  
de titres lus LDP.  
Radio et TV: habitudes  
de fréquentation LàV.  
One 2016/2017.

#### RÉPARTITION DES LECTEURS PREMIUM



##### PRESSE

GROS .....>  
55 %

MOYEN .....>  
30 %

PETIT .....>  
15 %

#### RÉPARTITION DES AUDITEURS PREMIUM



##### RADIO

GROS .....>  
36 %

MOYEN .....>  
41 %

PETIT .....>  
23 %

#### RÉPARTITION DES TÉLÉSPECTATEURS PREMIUM



##### TV

GROS .....>  
5 %

MOYEN .....>  
22 %

PETIT .....>  
73 %

Source : One Premium 2017

\*Cible Premium : cadres et dirigeants - Individus 18 + appartenant à un foyer aux revenus > 65K € annuels Nets

#DLPlapreuve