


21 LA PRESSE, LE LIEU DE TOUTES LES ÉMOTIONS


ACPM  @ACPMFrance

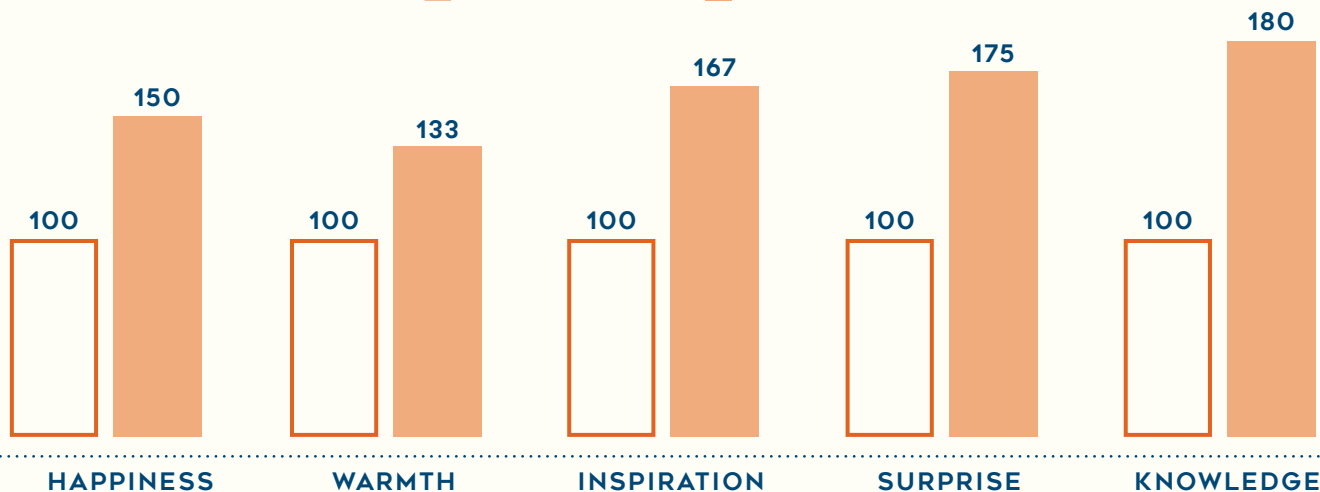


Les réponses cognitives publicitaires sont plus fortes sur les sites de presse news

(INDEX)

 Others websites

 Print newsbrands websites



Source : Paying for video attention - Newswork - Lumen Research and Unruly - June 2018
Eye tracking on line + short survey - 400 interviews - 8 advertisers 6 websites - AB Testing

#DLPlapreuve