

L'Efficacité Business de la Presse

Le 7 juillet dernier, l'ACPM a dévoilé les résultats de la première étude économétrique de l'efficacité business de la Presse, réalisée par Ekimetrics. Vous trouverez ci-dessous les conclusions les plus importantes de cette étude, ainsi que des éléments explicatifs.

La Presse, acteur incontournable du mix publicitaire



1€ investi **génère 5,7€ de revenu** moyen sur les 5 secteurs clés

Automobile, Luxe, Cosmétiques, Télécommunications et Produits de la Grande Consommation.

La Presse est le **2ème contributeur** aux ventes médias



Sur les cinq secteurs étudiés, la Presse (Print et Digitale) est en seconde position des médias les plus générateurs de ventes additionnelles pour les annonceurs.



La Presse prouve son impact sur **le court terme** et **le long terme**

Sur les 5 secteurs étudiés, la Presse digitale possède un R.O.I court terme (- de 4 mois après la campagne) de 4,2, tandis que la Presse papier possède un multiplicateur long terme (4 mois et plus après la campagne) élevé à 1,75.

5 secteurs étudiés de l'étude



Automobile



Cosmétiques



Luxe



P.G.C.



Télécom