

Les Scop, plan media 2011

> Nos objectifs :

Développer la notoriété des Scop en faisant émerger leur identité de marque. Commencer à installer durablement les Scop dans le paysage des acteurs de l'économie.

> Cibles :

Presse et Internet : dirigeants et cadres
Radio : cadres et salariés

> Performances du plan media :

PQN : nombre de lecteurs qui auront vu au moins une fois une annonce : 572 000.
Nombre de fois où ils l'auront vue en moyenne : 2,91.
Soit 1 664 520 occasions de voir.

PQR : Nombre de lecteurs qui auront vu au moins une fois une annonce : 3 111 000.
Nombre de fois où ils l'auront vue en moyenne : 2,35.
Soit 7 310 850 occasions de voir.

Radio : Nombre d'auditeurs actifs touchés au moins une fois par un spot : 4 374 000.
Nombre de fois où ils l'auront entendu en moyenne : 8,60 fois.
Soit 37 616 400 occasions d'entendre.

Internet : 1 360 000 occasions de voir un au moins des éléments du dispositif.

		SALON DES ENTREPRENEURS											
		LU	MA	ME	JE	VE	SA	LU	MA	ME	JE	VE	Insertions
		24/01/11	25/01/11	26/01/11	27/01/11	28/01/11	29/01/11	31/01/11	01/02/11	02/02/11	03/02/11	04/02/11	
PRESSE													
PQN													
France entière	Les Echos	D	A					C	B	E			5
France entière	Le Monde	A	D					B	E				4
PQR													
Côtes d'Armor	Ouest France	A			B			A			B		4
Ille-et-Vilaine	Ouest France	A			B			A			B		4
Calvados	Ouest France	A			B			A			B		4
Loire-Atlantique	Ouest France, Presse Océan	A			B			A			B		4
Finistère	Le Télégramme	A				B		A				B	4
Rhône	Le Progrès	D				C		D				C	4
Isère	Le Dauphiné	D				C		D				C	4
Drôme	Le Dauphiné	D				C		D				C	4
Bouches-du-Rhône	La Provence	B				F		B				F	4
Paris	Le Parisien	E				B		E				B	4
Val-de-Marne	Le Parisien	E				B		E				B	4
Seine-St-Denis	Le Parisien	E				B		E				B	4
												57	
RADIO													
RTL													80
INTERNET													
lesechos.fr													
Habillage site													
Bannières site													jusqu'au 06-02
Bannières newsletter													
Emailing													