

EXTRAIT ÉTUDE MÉDIA

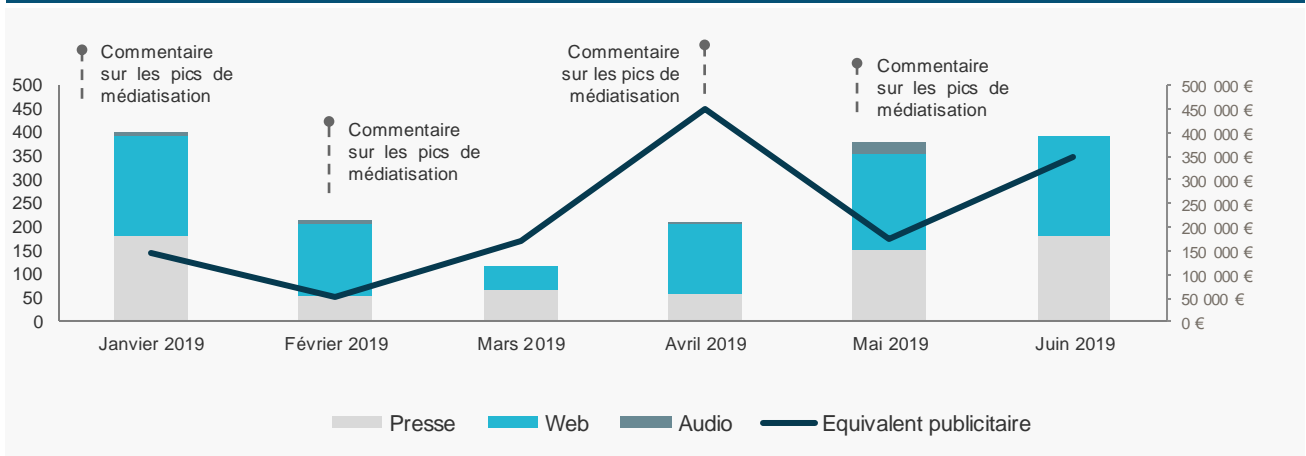
1^{ER} SEMESTRE 2019

- Commentaires mettant en avant les faits marquants du semestre :
- Chiffres-clés, évolution des indicateurs par rapport à l'année précédente, médias cœur de cible mobilisés
- Actualité particulièrement médiatisée, part de la médiatisation internationale, traits d'image associés à la marque dans les médias, interview

Chiffres-clés du semestre

	NOMBRE DE RETOMBÉES	ESPACE ÉDITORIAL	EQUIVALENT PUBLICITAIRE	OCCASIONS DE VOIR
Presse	466	88,95	872 613 €	7 000 456
Radio	27	02:36:57	235 458 €	5 000 768
TV	41	01:51:14	165 802 €	12 345 167
TOTAL	2 274	817,58	5 244 074 €	25 180 704
<i>Evolution vs 2018</i>	+5%	+11%	-1%	-10%

Calendrier de médiatisation



Top des médias mobilisés sur le semestre

TOP 5 FRANCE	NOMBRE DE RETOMBÉES	EQUIVALENT PUBLICITAIRE
★ 1 ELLE	7	61 650 €
2 GRAZIA	3	41 760 €
3 BIBA	3	29 406 €
4 LE FIGARO	5	28 500 €
5 FASHIONMAG	6	16 885 €







TOP 5 INTERNATIONAL	NOMBRE DE RETOMBÉES	EQUIVALENT PUBLICITAIRE
★ 1 LIBERO (ITALIE)	7	61 650 €
2 MINI (JAPON)	3	41 760 €
3 THE TIMES SUPPLEMENT	3	29 406 €
4 VOGUE (BRESIL)	5	28 500 €
5 MEN'S HEALTH (CHINE)	6	16 885 €

EXTRAIT ÉTUDE MÉDIA

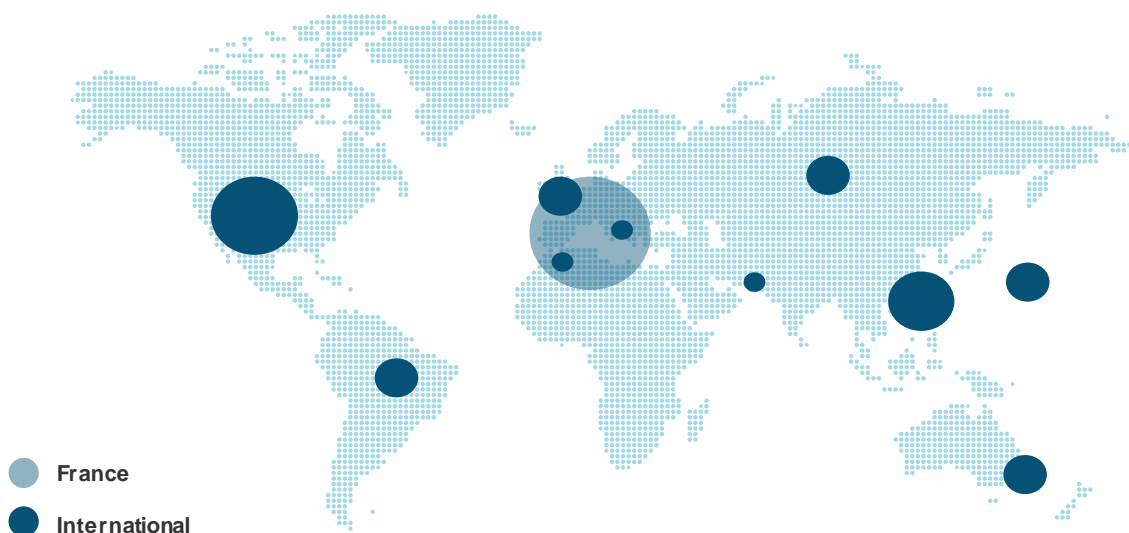
UN RAYONNEMENT INTERNATIONAL VIA LES PRODUITS DE LA MARQUE

- Commentaires mettant en avant les faits marquants du semestre
- Actualité particulièrement médiatisée, impact en termes quantitatif et qualitatif
- Part de la médiatisation internationale & sujets phares relayés dans chaque pays
- Traits d'image associés à la marque dans les médias, explications et commentaires
- Identification des médias & journalistes ambassadeurs ou détracteurs
- Impact des actions de communication : communiqués de presse, prises de parole, interviews
- Verbatims permettant d'illustrer les commentaires de cette analyse

CHIFFRES-CLÉS PAR PAYS

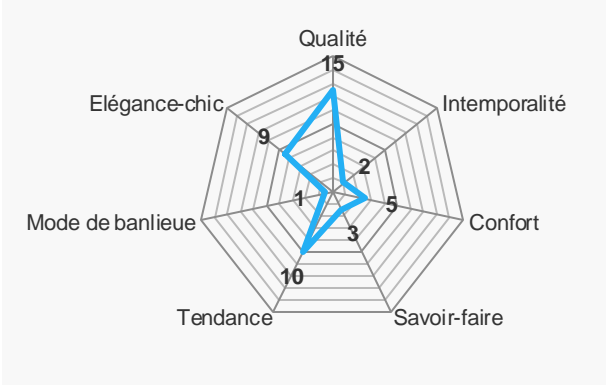
		NOMBRE DE RETOMBÉES	ESPACE ÉDITORIAL	EQUIVALENT PUBLICITAIRE
	FRANCE	466	88,95	872 613 €
	ETATS-UNIS	27	02:36:57	235 458 €
	GRANDE BRETAGNE	27	02:36:57	235 458 €
	BRESIL	27	02:36:57	235 458 €
	ESPAGNE	27	02:36:57	235 458 €
	CHINE	27	02:36:57	235 458 €

ZONES DE MEDIATISATION



EXTRAIT ÉTUDE MÉDIA

L'image médiatique de la marque



La polarisation du discours média

Illustration dédiée exclusivement à la marque	18%
Retombées dédiées exclusivement à la marque	21%
Présence de la marque dans le titre	15%

UN DISCOURS QUALITATIF PORTÉ PAR LES AMBASSADEURS

- Commentaires mettant en avant les faits marquants du semestre
- Actualité particulièrement médiatisée, impact en termes quantitatif et qualitatif
- Part de la médiatisation internationale & sujets phares relayés dans chaque pays
- Traits d'image associés à la marque dans les médias, explications et commentaires
- Identification des médias & journalistes ambassadeurs ou détracteurs
- Impact des actions de communication : communiqués de presse, prises de parole, interviews
- Verbatims permettant d'illustrer les commentaires de cette analyse

Les retombées les plus impactantes du semestre

LEXIQUE

- Espace rédactionnel (nombre de pleines pages) : Mesure exprimant pour chaque retombée média (presse ou web) le rapport entre la(les) surface(s) textuelle(s) et iconographique(s) ayant un lien sémantique avec le profil de recherche et la surface de la pleine page dont elle(s) est(sont) issue(s).
- Équivalent publicitaire : Mesure exprimant la valorisation financière d'un contenu éditorial dans un support sur base des critères qui auraient été utilisés pour l'achat d'un espace publicitaire équivalent. Il correspond au rapport entre l'espace rédactionnel mesuré sur une page et le tarif publicitaire d'une page standard dans le support dont elle est issue.
- ODV : Nombre de contacts potentiels (source One, Comscore et estimations Cision Insights)