

IL PUBBLICO DI CLASS EDITORI: per il 40% affluenti.

Un pubblico maschile e femminile, attento allo stile con la più alta affinità nell'acquisto di prodotti delle marche di abbigliamento più note.

* Indice di affinità: 164 Class Editori; 159 Il Sole 24 Ore; 128 La Repubblica; 132 Corriere della Sera (Fonte: GFK Eurisko Sinottica TSSP) Fonte: Audipress 2017.III; Super Yacht, Forte Magazine; How To Spend It; Gentleman, MFF; MFL: stime ClassPi; MF Fashion: dati MF Milano Finanza

** Capacità di spesa familiare annuale superiore a €50 mila.



66%
uomo



61%
25-54 anni



30%
imprenditore/dirigente/
libero professionista



37%
reddito superiore
ai 3.000 euro

