

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 25 mars 2021

LES ECHOS LE PARISIEN MÉDIAS PLACE LA RELATION CLIENT AU CŒUR DE SON ORGANISATION

En résonance avec l'engagement du groupe, et dans un marché qui évolue de plus en plus vite, la régie du Groupe Les Echos-Le Parisien place plus que jamais au cœur de ses préoccupations les annonceurs et la compréhension de leurs besoins.

Les problématiques de communication se complexifient et les entreprises doivent adresser simultanément des temporalités différentes, voire antagonistes : consolider leur business immédiat tout en construisant leurs marques sur le long terme.

Pour répondre à ce double enjeu, Les Echos Le Parisien Médias optimise son organisation : la régie renforce deux grands pôles en imbriquant expertises sectorielles et expertises métiers.

Placer la relation client au cœur du système

- **Le pôle « Digital & Revenue Management » adresse la temporalité du quotidien de façon réactive, et place le pilotage de la performance au cœur de sa démarche.**

Il assure l'interface avec les agences et les annonceurs.

Au cœur du réacteur, l'expertise digitale est renforcée et l'approche unifiée, afin d'apporter pour chaque campagne la réponse la plus efficace en termes de leviers.

L'adtech est tournée vers les besoins du client, pour faciliter l'accès en programmation à l'ensemble de nos inventaires, y compris les emplacements et formats premium (vidéo, podcasts...), et proposer à chaque annonceur le meilleur environnement (contextes, formats, performances, datas...).

- **Le pôle « Conseil & Sur-mesure » est dédié aux opérations spéciales et aux Grands Programmes, pour répondre aux besoins de créativité et de temps long.**

Une compréhension fine des enjeux de chacun permet de traduire les problématiques des annonceurs en dispositifs personnalisés et pertinents. Avec des mécaniques s'appuyant sur nos contextes, la diversité de nos écritures (texte, vidéo, podcast, data journalisme, événements) et l'engagement responsable du groupe.

La création de partenariats pérennes avec nos partenaires offre les conditions d'une stratégie de marque sur le long terme, qui résiste aux crises.

(...)

Nominations



Dans ce contexte :

- **Pascale Luca est nommée Directrice de la stratégie Marketing et Communication du pôle Les Echos Le Parisien Partenaires** (Les Echos Le Parisien Médias / Annonces / Événements / Études / Publishing, et Dematis) pour favoriser les synergies, notamment entre le pôle Événements et la régie publicitaire.
- **Vincent Ficarelli est nommé Directeur Délégué en charge du pôle « Conseil & Sur-mesure »**
- **Nicolas Danard, Directeur Délégué en charge du pôle « Digital & Revenue Management »**

Recrutements



Par ailleurs, deux recrutements viennent renforcer cette organisation :

Thomas Negrone rejoint la régie en tant que Directeur du Digital. Il a pour mission d'accélérer le développement du CA digital, notamment sur le programmatique et les nouvelles écritures (vidéo, podcasts...), en proposant des solutions publicitaires toujours plus en lien avec les besoins de nos annonceurs et nos performances.

A ce titre, et aux côtés de la Direction, il prend notamment en charge le management du pôle AdOps / Trafic et la supervision de la relation agences et trading desks.

Après 8 années de digital, en agence et en régie publicitaire, Thomas a pu appréhender les différents aspects de la chaîne de valeur, des problématiques techniques aux enjeux commerciaux. En 2013, il a choisi de se concentrer sur le programmatique, d'abord au sein du Trading Desk de Publicis puis en prenant la codirection de l'entité programmatique de GroupM jusqu'en décembre 2020. (...)

Eric Minet rejoint la régie en tant que Responsable boissons (Vins, Champagnes et Spiritueux).

Il a pour mission de conseiller et développer le CA des annonceurs de son secteur en déployant notamment des opérations spéciales et du sur-mesure.

Après avoir dirigé commercialement pendant 4 ans le Groupe Editialis (Marketing Magazine, Marketing Direct), développé différents salons BtoB, créé le Club des Directeurs Marketing de France), Eric a développé la Régie du Vin (Bettane+Desseauve) pendant les 15 dernières années, régie spécialisée dans le secteur des vins et champagnes.

Marchés spécifiques

Les pôles « culture, loisirs et tourisme », « marque employeur », « réseaux et international », et « Radio Classique » restent indépendants pour adresser des marchés particuliers, tant dans la typologie des clients que dans l'offre commerciale.

À propos des Echos Le Parisien Médias : Les Echos Le Parisien Médias commercialise les marques Les Echos, Le Parisien-Aujourd'hui en France, Investir, Boursier.com, Connaissance des arts et Radio Classique. Son savoir-faire : imaginer et proposer aux annonceurs des solutions de communication à haute valeur, mêlant brand content, expériences inédites, data targeting et médiatisation display. Les Echos Le Parisien Médias, à travers ses marques média, touche près d'un Français sur deux (25,6 millions de Français). Source : ACPM One Next Global 2021 V1

Contact presse : Florence Pellenard - 01 87 39 82 69 - fpellenard@lesechosleparisien.fr