

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 21 septembre 2021

INNOVATION DATA RESPONSABLE : LE PARISIEN LANCE SON CIBLAGE SEMANTIQUE LES « CITOYENS DU MIEUX »

Les Echos Le Parisien Médias lance une offre data responsable pour cibler les « Citoyens du Mieux » du Parisien. Une cible stratégique pour les marques, déclinée en 6 sous-segments « conso » et « psycho ». Une méthodologie innovante grâce à un modèle sémantique in-house.

Le « Citoyen du Mieux », une cible stratégique

Le lecteur du Parisien se caractérise par son engagement et sa quête permanente de solutions pour **mieux agir, mieux consommer, mieux vivre ensemble.**

Il est guidé par les repères concrets qu'il retrouve dans Le Parisien afin de concilier responsabilité, consommation-plaisir et mode de vie urbain.

Bien dans son époque et confiant en l'avenir, ce lecteur « Citoyen du Mieux » utilise son pouvoir d'achat pour agir en accord avec ses valeurs. Il a pour cela de fortes attentes à l'égard des marques en matière d'engagements, repères et innovations produits.

Une data exclusive, reflet de la richesse éditoriale du Parisien

Pour permettre aux annonceurs d'adresser cette cible avec pertinence, la régie a fait appel à l'expertise de l'équipe data du Groupe Les Echos Le Parisien.

Après un audit complet des articles du Parisien et un travail de matching avec la persona des « Citoyens du Mieux », celle-ci a mis au point **un ciblage sémantique qui s'appuie sur l'intelligence humaine.**

Une méthodologie qui combine finesse et puissance :

- **Unique**, grâce à une sélection de mots-clés exhaustive et précise, opérée par les experts data, qui référence notamment des labels, des marques, des personnalités... ;
- **Evolutive et personnalisable** en fonction de l'actualité et des tendances, et automatisée grâce à une intégration à la DMP du groupe ;
- **Transparente et vérifiée** via une liste de mots clés accessible et 100% brand safe.

8M de profils first party, activables via 6 sous-segments sur étagère

8 Millions de profils first party sont d'ores et déjà disponibles à la vente. Une offre pour toucher les « Citoyens du Mieux » déclinée en **6 sous-segments data activables** : mieux manger, mieux se déplacer, mieux consommer, se faciliter la vie, mieux préserver la planète, mieux vivre ensemble.

Un **mindset commun**
« je pense donc j'agis »

Un **ciblage stratégique**
qui concilie responsabilité et consommation !



Ces segments d'audience « conso » et « psycho » sont pré-construits pour une **activation immédiate** mais peuvent aussi être personnalisables dans le cadre d'un accompagnement data **sur-mesure**.

Avec cette innovation, Les Echos Le Parisien Médias enrichit son panel de solutions pour une communication plus responsable.

À PROPOS DE LES 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 (24,9 millions de Français) [ACPM One Next Global 2021 V3].

CONTACT MÉDIAS

Les Echos Le Parisien Médias

Florence Pellenard, Responsable communication et RP
fpellenard@lesechosleparisien.fr – 06 33 31 99 35

CONTACT COMMERCIAL

Les Echos Le Parisien Médias

Clémentine Decros, Sales Senior Manager
cdecros@lesechosleparisien.fr – 01 87 39 83 18

CONTACT DATA

Groupe Les Echos Le Parisien

Pierre-Yves Robert, Responsable Monétisation DATA
pyrobert@lesechosleparisien.fr – 01 87 39 71 10