

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 16 février 2022

LES ECHOS LE PARISIEN MÉDIAS LANCE UN FONDS SOLIDAIRE POUR SOUTENIR DES STARTUPS À IMPACT

Les Echos-Le Parisien Médias crée un fonds publicitaire solidaire pour permettre à de jeunes entreprises engagées de bénéficier gratuitement d'une campagne de communication dans les médias du Groupe.

Un cercle vertueux

Le montant global de ce fonds est lié au chiffre d'affaires de la régie généré par des campagnes publicitaires responsables* sur l'ensemble des supports du Groupe. 6% de ce chiffre d'affaires annuel sera reversé sous forme d'espace publicitaire aux entreprises sélectionnées.

Ainsi, plus les annonceurs communiquent sur leurs engagements RSE chez Les Echos Le Parisien Médias, plus ils contribuent à enrichir ce fonds, sans budget supplémentaire de leur part.

Deux partenaires experts pour sourcer les projets

Le fonds 2022, constitué sur la base du chiffre d'affaires 2021, sera attribué à 6 startups à impact :

- 3 startups accompagnées par « **10G** », le **nouvel accélérateur du Parisien** : Datagora, Le Kaba et Ubebest ;
- 3 startups accompagnées par « **makesense** », incubateur et accélérateur de projets à impact positif. Elles seront sélectionnées en octobre prochain sur la base des critères suivants :
 - L'impact : l'entreprise répond à une problématique sociale et/ou environnementale pressante et globale
 - L'innovation et l'ambition : l'acteur se positionne sur un chaînon manquant de son écosystème et a pour ambition de répliquer son impact à grande échelle
 - La maturité et la robustesse du projet : notamment pour gérer l'afflux de demandes provoqué par la communication

« La communication doit devenir l'aiguillon d'un modèle de société plus durable. Notre ambition : être utile et avoir de l'impact », indique Corinne Mrejen, Directrice Générale du Groupe Les Echos-Le Parisien, en charge du pôle Les Echos Le Parisien Partenaires.

“Nos entrepreneurs développent des solutions concrètes et avec un impact prouvé répondant aux enjeux prioritaires auxquels nous sommes tous confrontés (emploi, insertion, éducation, pollution, gaspillage alimentaire...). Aujourd'hui ils représentent à peine 10% du PIB. Ils ont besoin de

visibilité pour devenir demain des leaders de leur secteur et inventer une nouvelle norme, c'est pourquoi nous saluons cette initiative à laquelle nous sommes heureux de nous associer." Karell Hertzog, Co-directrice de l'incubateur makesense, en charge des programmes d'incubation.

*Les campagnes qualifiées de « responsables » portent un message mettant en avant la responsabilité sociétale de l'annonceur ou un objectif de développement durable (cf. les 17 ODD de l'ONU et la Norme Iso 26 000).

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 millions de Français) [ACPM One Next Global 2021 V4].

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

À propos de 10G : "10G" est le premier accélérateur média de start-up qui façonnent la nouvelle manière de vivre des Français dans toutes les dimensions de leur vie : s'engager, mieux consommer, bien manger, nouvelles mobilités, science, tech. L'innovation selon Le Parisien : créer du lien grâce aux idées de demain. Ce programme de 6 mois offre aux startups des moyens concrets pour se développer (programme d'accompagnement personnalisé et modulable, accès aux ressources et aux expertises métiers du Parisien, possibilité de tester la solution en conditions réelles, workshops autour de l'entrepreneuriat, hébergement, accès aux événements du Groupe).

Les 3 premières startups sélectionnées pour la saison 1 :

DATAGORA. La plateforme Datagora a pour objectif de démocratiser l'accès aux données statistiques publiques (ex : chômage, résultats élections, immigration, etc.) afin de les remettre au cœur du débat public. Cette initiative s'inscrit dans un contexte de montée en puissance des fake news et de méfiance croissante vis-à-vis des médias traditionnels.

LE KABA. LE guide de la consommation éco-responsable. Le Kaba cherche, compare et sélectionne pour ses lecteurs les meilleures alternatives éco responsables à tous les gestes du quotidien. Une sélection rigoureuse de produits et services. Pour chaque guide d'achat, Le Kaba établit un indice d'éco-responsabilité : Prenant en compte le cycle de vie du produit ou du service, Créant un standard minimum 'Le Kaba' sur chaque sujet, Evaluant chaque produit sur la base de ce standard.

UBEBEST. Basé sur un modèle de notation unique, cet écoscore évalue l'empreinte environnementale de chaque cycle de vie des produits électriques et électroménagers depuis leur fabrication jusqu'à leur fin de vie en passant par leur transport et leur utilisation. Grâce à UBEBEST, les consommateurs peuvent désormais faire des choix plus avisés et réduire leur impact sur l'environnement dès leur achat.

À propos de makesense : Depuis 10 ans, makesense accompagne les entrepreneurs sociaux pour faire de la transition écologique et solidaire une réalité via des programmes de mobilisation innovants mais aussi un incubateur et un fonds d'investissement. L'objectif est de soutenir une nouvelle génération d'entrepreneurs à fort potentiel, pour une société positive, inclusive et durable. Depuis ses débuts, Too good to go, Hopaal, Le Carillon et 8000 entrepreneurs ont été accompagnés par makesense dans 7 pays.