

## PRISMA PUB DEVIENT PRISMA MEDIA SOLUTIONS

### Régie publicitaire du groupe Prisma Media, 1er éditeur presse et digital en France

Le marché de la communication est en profonde mutation. Face à la multitude de possibles points de contact, les annonceurs et leurs agences média attendent de leurs partenaires régies plus de solutions globales intégrant l'ensemble des leviers. Ces solutions doivent répondre à leur besoin d'agir à la fois sur le branding et sur le business. **L'objectif, c'est de créer plus de confiance et d'engagement avec les clients de la marque pour avoir plus de performance et de retour sur leurs investissements.**

Dans la suite logique de la montée en puissance de Prisma Media comme groupe leader print/digital (34 Mio français/mois), sa régie **Prisma Pub s'adapte aux besoins du marché et devient Prisma Media Solutions.** Elle concrétise ainsi une orientation stratégique aussi simple qu'exigeante : **apporter des solutions de communication intégrées à ses clients annonceurs et agences.** Leurs ambitions ont évolué, la régie Prisma aussi.

#### UN NOUVEAU POSITIONNEMENT : PRISMA MEDIA SOLUTIONS EN TANT QUE BUSINESS-PARTNER

**Prisma Media Solutions se positionne désormais en tant que véritable business-partner pour ses clients,** avec une promesse clé, devancer leurs attentes à travers trois bénéfices majeurs : gain d'efficacité dans les échanges, plus de pertinence dans les propositions et plus de performances dans les résultats.

Pour assurer ce positionnement, Prisma Media Solutions capitalise sur ses forces :

- **Ses marques** : 20 marques leaders du monde de la presse, présentes sur 100 supports (le print, le web, le mobile & l'événement) ;
- **Sa connaissance des consommateurs (data & insights)** : des données d'audiences ciblées, travaillées et optimisées (smartdata) ainsi qu'une expertise poussée d'études sectorielles se basant sur des panels de plus de 50 000 français ;
- **Son efficacité** : des mesures d'efficacité tant en print qu'en digital avant, pendant et après campagne avec plus de 200 cas réels en benchmark ;
- **Sa créativité** : une culture de la créativité jamais démentie, valeur fondamentale de l'ADN du Groupe depuis 35 ans.

## PRISMA MEDIA SOLUTIONS SE LANCE AVEC UNE SÉRIE D'INNOVATIONS SANS PRECEDENT

En alliant nouvelles expertises et technologie, la régie entre dans une phase d'accélération autour de 4 axes d'innovation :

### 1. LE PROGRAMMATIQUE

En combinant les avantages de la plateforme technologique d'Audience Square (simple, fluide, data-optimisée) avec la qualité des inventaires premium de marques leaders du groupe Prisma Media, **la régie propose à ses partenaires des deals privés (deal ID) pour plus de performances et de qualité.** Une dizaine de deals ID verront le jour d'ici la fin d'année.

### 2. LE SUR-MESURE

Avec le recrutement d'un planneur stratégique et d'un expert cross media venus d'agence ainsi que le rapprochement des équipes Opérations Spéciales, Brand publishing et Licences, **le Pôle sur-mesure de Prisma Media Solutions conçoit désormais en mode « hub créatif » des plateformes de marques pour les annonceurs en partenariat avec l'agence.** Composé d'experts complémentaires, ce hub créatif assure la pertinence des dispositifs et ainsi un meilleur engagement des consommateurs.

### 3. LES NOUVEAUX FORMATS (VIDÉO, MOBILE, NATIVE AD)

**Démultiplier la créativité par la technologie, voilà le défi qui a permis à Prisma Media de renforcer sa position sur ces trois leviers de croissance.** Des audiences mensuelles records, comme plus de 20 Mio vidéos vues, 5 Mio mobinautes ou 4 Mio tablonauts, démontrent une expertise de "pureplayer". Prisma Media Solutions fait encore plus profiter ses clients de ces nouveaux formats : applications « drive to store » sur le mobile, brand content contextualisé, vidéo « web-série » pour la grande distribution, films longs métrages pour le luxe, etc...

### 4. LA DATA

**L'offre Smartdata de Prisma Media Solutions s'appuie sur les données comportementales des internautes, les bases mails CRM ainsi que les bases abonnés print du groupe.** Cette connaissance détaillée des profils permet d'offrir aux marques un ciblage plus intelligent. Elle apporte de nouvelles solutions de communication en s'adaptant aux parcours du consommateur et permet ainsi une meilleure transformation cross-canal entre print/digital/point de vente. **Grâce à cette pertinence, la data amplifie le résultat des trois autres axes d'innovation.**



*"Cette nouvelle identité est l'aboutissement d'une transformation remarquable de nos équipes commerciales et exprime notre ambition d'être la régie plurimédia référente en France. Nos clients sont au centre de nos préoccupations et nous innovons sans cesse pour leur apporter les meilleures solutions ».*

**Philipp SCHMIDT, Directeur Executif de Prisma Media Solutions**

Plus d'informations sur Prisma Media Solutions : [www.prismamediasolutions.com](http://www.prismamediasolutions.com)

---

**CONTACT - GROUPE PRISMA MEDIA**

**Philipp SCHMIDT**

Directeur Exécutif Prisma Media Solutions – [pschmidt@prismamedia.com](mailto:pschmidt@prismamedia.com)