

## LES ECHOS LE PARISIEN MEDIAS DOUBLE SES REVENUS PUBLICITAIRES DATA AVEC SONAR, SON ECOSYSTEME 100% FIRST-PARTY.

La régie publicitaire du groupe Les Echos-Le Parisien dresse le bilan de la première année d'exploitation de son écosystème d'activation first-party data, qui s'appuie sur la DMP Permutive.



Lancé en juin 2022, l'écosystème rassemble les **données des utilisateurs de 5 marques médias du groupe Les Echos-Le Parisien, dirigé par Pierre Louette** - *Les Echos, Le Parisien, Investir, Boursier.com* et *Connaissance des Arts* – et exploite le potentiel de chaque environnement (site, App, vidéo, newsletter, ...). Avec **SONAR, Les Echos Le Parisien Médias** a opéré un **virage dans sa stratégie de valeur**. L'écosystème data privilégie une **approche centrée sur les données first-party** pour anticiper et convertir en opportunité la fin des cookies tiers. Ainsi, **100% des segments sont construits en first-party**, contre seulement 20% il y a un an.

« 2022-2023 est une année pivot, pour le marché publicitaire digital qui atteint une forme de maturité. **Les annonceurs sont à la recherche d'un équilibre entre efficacité, qualité et transparence. Une tendance favorable aux éditeurs premiums.** Nous avons fait le choix de nous émanciper de la data third-party, pour nous concentrer sur nos forces, nos données propriétaires et nos contenus à forte valeur ajoutée » analyse **Corinne Mrejen** - Directrice Générale Pôle Les Echos-Le Parisien Partenaires - Chief Impact Officer.

### SONAR, une approche « intelligence data ».

En un an d'activité, avec une offre enrichie, la régie revendique un **chiffre d'affaires data multiplié par deux** comparativement à 2021. Sur cette même période, le **budget moyen par campagne est en hausse** de 57%. En moyenne, les campagnes data

activées par **SONAR enregistrent des performances en hausse, avec un taux de clic (CTR) moyen de +26%** versus la moyenne 2021.

Sur cette période, Les Echos Le Parisien Médias compte un **gain de nouveaux annonceurs de l'ordre de 25%**. Au sein du groupe, **8 collaborateurs sont mobilisés** pour proposer un accompagnement personnalisé aux marques. Depuis son lancement, plus de **500 nouveaux segments first-party ont été créés**, grâce à la richesse et la qualité des inventaires du groupe (+1000 contenus publiés chaque jour / + 2M d'abonnés à nos marques).

*« Les résultats de cette première année sont prometteurs, toutes les métriques de performance sont en hausse, les nôtres comme celles des annonceurs. Ils découlent de notre engagement dans la connaissance de la donnée de l'ensemble des marques et activités du groupe, dans l'optimisation de nos segments et de nos process. **C'est ce savoir-faire data que nous mettons à disposition des annonceurs, du brief à l'insight, avec l'écosystème SONAR** »* précise **Violette Chomier**, Chief Data Officer du Groupe Les Echos – Le Parisien.

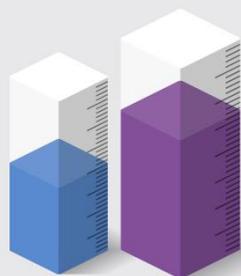
**Ces derniers mois, SONAR s'est distingué comme l'un des écosystèmes data les plus riches et performants** des groupes de presse français. Il continue de se déployer autour de 3 piliers : **l'intelligence humaine** de ses équipes, la **technologie** de son partenaire **Permutive** et une **offre sur-mesure**.

*« Nous sommes fiers d'avoir accompagné la transformation du groupe et des Echos Le Parisien Médias. Notre technologie s'articule autour de la valorisation de la data first-party et du respect de la vie privée des utilisateurs. Chez Permutive, nous travaillons avec des éditeurs premium pour pouvoir construire des segments sur-mesure au service de la performance des annonceurs, pour pouvoir avancer ensemble avec agilité et confiance. **C'est ce chemin que nous avons pris avec le groupe pour parvenir au lancement effectif de l'écosystème data en seulement 4 mois. Et c'est un succès** »* conclut **Joe Root**, CEO and co-fondateur de Permutive.

Téléchargez l'infographie

[Les Echos Le Parisien Médias dresse le bilan de SONAR](#)

## SONAR, une solution sur-mesure



- **PERSONA**  
Citoyens du Mieux sur Le Parisien  
Leaders & Optimistes sur Les Echos
- **GRANULARITÉ**  
Sociodémo : âge, sexe...  
Sociopro : fonction du cadre, secteur, taille d'entreprise...  
Interêts : sport, tech, culture...
- **ACCOMPAGNEMENT PERSONNALISÉ**  
du brief au bilan de campagne

SONAR, au service  
de la performance



versus 2021

Les Echos  
**Le Parisien**  
MÉDIAS

### CONTACT PRESSE

Les Echos Le Parisien Médias : Thibault OZIL – 0677946469 – [tozil@lesechosleparisien.fr](mailto:tozil@lesechosleparisien.fr)