



366 lance ALL-IN, une offre permettant de toucher 15.4 millions de Français en 24h

ALL-IN est une offre de puissance et de reach instantané. Une pleine page dans tous les titres de PQR combinée à un nouveau format digital **l'INTERSCROLLER**, un format événementiel homothétique de la pleine page et diffusé dans les feeds d'actu des sites de PQR. Ce format est strictement réservé à l'offre « ALL IN » de 366. Il n'est pas disponible en digital only.

L'offre « ALL IN 366 » permet en 24h de toucher 15.4 millions de personnes. C'est une offre d'émergence et de reach rapide qui fait appel à l'ensemble des audiences de la PQR, print et digitales. L'offre est proposée à 130 K€ net. Elle est adressée à l'ensemble des audiences de la PQR pour un CPM unique cross média de 8€. Les premières campagnes sont programmées en avril.

Les détails de l'offres sont disponibles sur le [site de 366](#).



LE POIJNT DE DEPART D'UNE EVOLUTION DES MODES DE COMMERCIALISATION

La presse a été le premier média à se digitaliser massivement. Elle a aussi été le premier média à intégrer dans une même étude d'audience ses versions print et digitales dès 2007 pour valoriser ses audiences brand (audiences dédoublées des marques de presse).



Il faut maintenant aller au-delà des couplages ou des offres cross-media facultatives et supprimer les silos qui existent encore entre le print d'un côté et le digital de l'autre.

2024 est un galop d'essai. 366 propose encore des offres « print only », mais pour Stéphane DELAPORTE, directeur général de 366 « *en 2025 la régie généralisera ce principe de vente print + digitale obligatoire. Aucune campagne ne pourra plus être achetée en print sans digital.* »

POURQUOI EST-CE MAJEUR ?

L'économie de la presse est basée sur le bi-média : les rédactions, notamment, les journalistes, travaillent autant pour le digital que pour le print, et une grande partie des contenus sont communs aux deux canaux. Il est normal de viser une monétisation globale et non canal par canal.

Pour les annonceurs n'ayant pas d'assets digitaux (créations publicitaires) 366 prendra en charge une prestation internalisée d'adaptation des créations print au nouveau format digital INTERSCROLLER.

A propos

366 est une régie publicitaire fondée en 2014. Initialement dédiée à la commercialisation publicitaire des espaces de la PQR, elle a étendu son métier aux inventaires audio (podcasts) et vidéo (VOL). En mars 2021, 366 a créé 366TV pour étendre son activité aux télévisions locales. A l'automne 2022 elle prend en charge la monétisation de la vidéo de près de 200 sites thématiques équipés du player Digiteka. En janvier 2023 la régie lance, conjointement avec les éditeurs de PQR, DIVERTO : un magazine dédié au divertissement dans les territoires.

La vocation de la régie 366 est de constituer un pôle de médias ayant un ancrage territorial fort afin de proposer au marché publicitaire des solutions de communication de proximité diversifiées et puissantes. La régie opère une offre permettant de toucher chaque jour 20 millions de personnes et chaque mois 43 millions de français, soit plus de 80% de la population française.

Contact 366 : Perrine SZUBINSKI perrine.szubinski@366.fr