

## LES ECHOS LE PARISIEN MÉDIAS / PARIS MATCH MÉDIAS LANCE SON OFFRE À LA PERFORMANCE AVEC LE PARISIEN GUIDE D'ACHAT



Le Parisien Guide d'achat 

La régie publicitaire enrichit son catalogue de **solutions ROIstes, en inaugurant sa première offre à la performance « content to commerce »** sur l'écosystème du Parisien. La régie s'appuie sur **Le Parisien Guide d'achat**, première verticale shopping spécialisée de la presse en ligne (*50 millions de visites en 2024*), et ses solutions bas de funnel, pour proposer aux marques des **programmes d'affiliation**.

L'efficacité du dispositif repose sur la **capacité du Parisien Guide d'achat à déclencher l'acte d'achat des internautes**. Pour cela, il développe pour les marques des **« contenus produits » sur-mesure**, avec **des liens intégrés** permettant l'achat direct sur leur site e-commerce. Pour les marques, les bénéfices sont immédiats : **augmentation des ventes et du trafic de leur site e-commerce, extension de leur base de prospects**.

« Nous couvrons dorénavant l'ensemble du funnel marketing et de façon complémentaire : du branding jusqu'au lead et à l'acte d'achat. Notre priorité est d'assurer la meilleure performance globale du Mix Media. Nous mettons à disposition des annonceurs la technologie, l'environnement et les contenus pour maximiser leur retour sur investissement » précise **Nicolas Danard**, DGA en charge de la Monétisation et du Digital des Echos Le Parisien Médias / Paris Match Médias.

Les Echos Le Parisien Médias / Paris Match Médias et Le Parisien Guide d'achat mettent à disposition des annonceurs **trois types de contenus sur-mesure**, produits par une équipe de **rédacteurs spécialisés** (*Maison, High-Tech, Sport, Automobile, Retail, Conso-Pratique, Banque Assurance, etc*) :

- Contenus chauds (mise en avant tactique de promotions, ventes flash, bons plans, marronniers, etc.),
- Contenus froids (campagnes promotionnelles de longue durée),
- Tests produits (évaluation de la qualité et des performances d'un produit)

« Le programme d'affiliation du Parisien Guide d'achat est déjà bien installé. Preuve de l'efficacité de nos solutions, le CA marchand du Parisien Guide d'achat a progressé de +65% en 2 ans, tandis que son audience a doublé sur la même période. La synergie avec les équipes des Echos Le Parisien Médias / Paris Match Médias est naturelle et va nous permettre de déployer le potentiel du Guide d'achat, auprès de nouveaux annonceurs et secteurs d'activité » complète **Sophie Cassam Chenäi**, Directrice numérique du Parisien.

## CONTACTS PRESSE

### Les Echos Le Parisien Médias / Paris Match Médias :

Charlotte LANGLOIS | Responsable Communication

06 83 40 31 31 - [charlotte.langlois@parismatchmedias.com](mailto:charlotte.langlois@parismatchmedias.com)

Thibault OZIL | Directeur de l'Influence et des Partenariats

06 77 94 64 69 - [tozil@lesechosleparisien.fr](mailto:tozil@lesechosleparisien.fr)

### À propos des [Echos Le Parisien Médias / Paris Match Médias](#)

Les Echos Le Parisien Médias / Paris Match Médias est la régie exclusive des marques Les Echos, Le Parisien-Aujourd'hui en France, Paris Match, Investir, Boursier.com, Mieux Vivre Votre Argent, Connaissance des Arts, Historia 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 display. Les Echos Le Parisien Médias / Paris Match Médias, à travers la puissance de ses marques média, rassemble un Français sur deux, soit près de 26M de Français chaque mois (ACPM OneNext Global 2024 S1 Brand 30J).