

Paris, le 19 janvier 2016

FIGAROMEDIAS ET CCM BENCHMARK ADVERTISING FUSIONNENT POUR DONNER NAISSANCE A **MEDIA.figaro, LA PREMIERE REGIE GLOBALE FRANÇAISE.**



Suite à l'acquisition du Groupe CCM Benchmark par le Groupe Figaro, cette nouvelle régie a été pensée afin de proposer aux agences et aux annonceurs une approche globale, innovante et qualitative. MEDIA.figaro sera ainsi en mesure d'offrir encore plus de puissance, plus de contenus et un ciblage encore plus fin à ses clients. Cette promesse se traduit par une nouvelle signature : **Connecte - Influence - Engage**

Connecte grâce à sa puissance : MEDIA.figaro permet de toucher 40.4 millions d'individus soit près 80% de la population française ainsi qu'une puissance instantanée grâce à une couverture à 10 jours de 60%.

Influence en s'appuyant sur les savoir-faire éditoriaux des Groupes Figaro et CCM Benchmark pour mettre en scène le contenu des marques annonceur sous toutes ses formes : publishing, testimoniaux, tutoriels, animation de communautés, SEO, viralisation sur les réseaux sociaux... et ce sur l'ensemble des expertises thématiques du groupe : économie, automobile, sport, high-tech, luxe, mode, beauté, culture, immobilier, gastronomie ...

Engage grâce à l'unification des datas du Groupe Figaro et de CCM Benchmark – FigData et CCM Data - qui permettent d'activer 40 millions de profils qualifiés en multi-devices, en programmation 100% transparent, et garantie brand safety.

Présidée par Aurore Domont, MEDIA.figaro compte désormais 200 collaborateurs tous regroupés dans les locaux du Groupe Figaro, boulevard Haussmann.

L'organisation – qui sera effective au 1^{er} février – permet, par **un point d'entrée unique**, d'orchestrer l'ensemble des leviers Paid, Owned, Earned. Les équipes commerciales s'appuient sur les pôles experts de la régie : branding, brand content, event, data, programmation, performance, études ...

Paris, le 19 janvier 2016

En fonction de sa problématique, le client pourra ainsi s'adresser :

- **Aux pôles marques :**
Le pôle News composé des marques Le Figaro, Le Figaro Magazine, Le Particulier, L'Internaute, Le JDN, Droits Finance et CCM ; placé sous la direction de Chantal Follain de Saint Salvy.
Le pôle Féminin composé des marques Madame Figaro, Journal Des Femmes et Hugo l'escargot ; placé sous la direction de Hélène Mengus.
Le pôle Grand Public composé des marques TV Magazine, La Chaine Météo, NextPlz, Jeux gratuits ; placé sous la direction de Noëlle Chaouloff.
- **Au département Les Ateliers**, spécialiste du brand content et des évènements placé sous la direction d'Anne-Sophie Nectoux.
- **Au département digital unifié** sous la direction d'Alexis Marcombe. Ce pôle propose deux approches : une par thématique éditoriale avec un pôle News sous la direction de David Folgueira et un pôle Féminin – Grand Public sous la direction de Sandrine Martin, ainsi qu'une approche par secteur d'activité (auto, luxe, distribution, tourisme, banque assurance ...).

Le rebranding de la régie ainsi que la campagne associée ont été réalisés en collaboration avec l'agence Australie.

Source : CrossMedia 2015 / ONE 2014-2015 / MNR octobre 2015

Pour tous renseignements complémentaires :

Marie Noëlle Bécue – Le Moal – mbecue@media.figaro.fr – 01 56 52 23 38