



COMMUNIQUÉ DE PRESSE – 19 juin 2017

NOUVEAU LOGO, NOUVEAU CLAIM, NOUVEAU SITE NOUVELLE IDENTITÉ POUR TEAM MEDIA

Depuis le rapprochement des régies des Echos et du Parisien et pour répondre aux attentes d'un marché en pleine mutation, Team Media se transforme. Avec l'adoption d'un nouveau logo, d'une nouvelle signature de marque et d'un nouveau site, une nouvelle étape est franchie dans la redéfinition de son identité.

Nouveau claim : « imagine »

« Imagine », la nouvelle signature de Team Media, ouvre le champ des possibles. Elle exprime une démarche ouverte et créative, fondée sur l'accompagnement et la co-construction. Une démarche **brand centric** tournée vers les besoins des annonceurs et de leurs agences pour contribuer à la réalisation de leurs ambitions.

La conviction de Team Media : les marques qui réussissent aujourd'hui sont **collectives, narratives et expérientielles**. C'est au service de ces trois dimensions que Team Media opère sa transformation.

Team Media se transforme en imaginant, pour les annonceurs et leurs agences :

Du leadership. Les marques leaders sont celles qui suscitent la plus large expérience collective. La présence dans les médias leur permet de générer de la conversation. Team Media les connecte à des bassins d'audience puissants et qualifiés.

De nouveaux formats, de nouvelles écritures. Les consommateurs attendent des marques qu'elles partagent un point de vue sur la société et qu'elles s'engagent. Le mode narratif est un outil puissant d'expression pour les marques. En s'appuyant sur le cœur de métier du groupe, Team Media produit des contenus sur-mesure en partenariat avec ses clients et leurs agences.

Des événements. Parce qu'une marque doit s'inscrire de manière plus étroite dans la vie des gens et leur faire vivre une expérience, Team Media développe une offre événementielle pour promouvoir les engagements des marques à travers différents formats d'échanges et de rencontres.

Team Media se transforme en capitalisant sur :

Ses marques média : Les Echos et Le Parisien, deux grandes marques d'actualité dont les publics (23,6 millions d'individus) bougent et font bouger la société, sont des moteurs de la transformation et de la croissance. Source : ACPM ONE GLOBAL 2017 T1

Ses expertises : programmatique, brand content, digital... aujourd'hui le rapprochement des régies du Parisien et des Echos permet de mettre en place des synergies et de proposer un spectre d'expertises à la fois plus large et plus pointu.

Sa data : la data Team Media, c'est une équipe d'experts et un écosystème 100% publishers, de qualité, puissant (27 millions de profils data) et transparent, qui permet de construire des scénarios de communication « data driven » qui répondent au mieux aux objectifs des annonceurs.

Nouveau logo : confiance et regard vers l'avenir

Team Media adopte un nouveau logo qui incarne solidité et confiance, modernité et attitude résolument tournée vers l'avenir.

Les nouveaux contours de la régie sont clarifiés, plus lisibles, l'utilisation de lettres capitales forment un bloc logo stable, solide.

Le « I » de Team Media s'est transformé en un « I » slash qui donne une impulsion et le dynamise. Il symbolise l'élan vers l'avenir et la capacité à conjuguer des expertises différentes.

L'utilisation du rouge et du noir fait le lien avec le logo précédent mais les tonalités sont plus franches et énergiques.

Nouveau site : identitaire et serviciel

Le nouveau site de la régie est avant tout serviciel, donnant accès à l'ensemble des informations utiles au marché publicitaire : fiches média, tarifs, offres, calendriers rédactionnels...

Il est construit sur cette nouvelle identité et met en avant les expertises de Team Media, ses marques médias, ses marchés.

<http://www.teamedia.fr>

La rentrée (septembre-octobre) et le regroupement géographique des équipes au 10 Grenelle (Paris 15^{ème}), constitueront une nouvelle étape dans la transformation de Team Media, sous le signe de l'innovation et de l'efficacité.

À propos de Team Media :

Team Media imagine et co-construit, avec ses clients annonceurs et leurs agences, des plateformes de communication globales (display, content, data, events) adressant les audiences des marques Le Parisien, Les Echos, Investir, Connaissance des Arts, Radio Classique et Classica. Team Media rassemble plus d'un Français sur deux (23,6 millions de Français, soit 45% des individus de 15 ans et plus) et 60% des CSP+ (ACPM ONE GLOBAL 2017 T1).

Contacts presse :

Florence Pellenard - 01 41 04 98 22 - fpellenard@teamedia.fr