

#LeParisien2020**Annonce le 16 juin d'un nouveau projet global
pour accélérer la transformation numérique du Parisien**

La période demande d'accélérer les changements nécessaires pour rendre Le Parisien plus fort. Pour ce faire, la stratégie de transformation, engagée ces derniers mois, doit être poursuivie et intensifiée. Un projet global sera présenté le mardi 16 juin, un projet d'avenir dans l'intérêt du journal et de ses équipes : #LeParisien2020. Compte tenu des circonstances, sa mise en œuvre se fera dans un cadre économique contraint.

Comme toutes les entreprises, Le Parisien doit contenir les dégâts économiques, d'une ampleur sans précédent, causés par la crise du covid-19. Elle vient s'ajouter à la crise structurelle de mutation que traverse la presse, celle de la transition digitale. Ces deux phénomènes réunis font que le modèle économique du Parisien, déjà fragilisé avant même le covid-19, n'est plus tenable. En effet, l'économie du Parisien reste très dépendante du papier, en particulier de la vente au numéro. Ses progrès récents sur le numérique, comme le doublement de ses abonnements, ne sont pas suffisants au regard de la forte baisse du papier.

C'est pourquoi écrire une nouvelle page de son histoire passe par une transformation beaucoup plus profonde et rapide. C'est le sens du nouveau projet éditorial pour continuer de faire du Parisien le grand journal populaire de qualité.

Il va de soi que la primeur de sa présentation est réservée au Comité Social et Economique ainsi qu'à l'ensemble des collaborateurs du journal. Alors que rien n'a encore été annoncé, la Direction du Parisien ne peut que s'étonner des rumeurs qui circulent et des jugements définitifs que certains voudraient établir. A partir du 16 juin, les orientations du projet et ses modalités d'application feront l'objet d'une large concertation. Force est de constater que cette approche est partagée par une grande majorité des collaborateurs.

Le nouveau projet éditorial confortera Le Parisien dans sa double dimension, nationale et locale. C'est important de le redire au moment où certains s'interrogent sur sa place demain : l'information locale et le journalisme de proximité font partie de son identité. Mais de nouveaux modes de traitement de l'information seront proposés afin d'adapter les contenus aux pratiques numériques. A ce titre, l'expérience de la cellule Enquêtes Ile-de-France, installée en septembre dernier, a montré ses vertus pour contribuer à l'audience numérique du Parisien et à la conquête d'abonnés.

Le Parisien restera bien la première source d'information pour suivre l'actualité à Paris, en Ile-de-France et dans l'Oise, son bassin d'audience historique. Pour preuve, son dispositif éditorial à l'occasion de la campagne du deuxième tour des Municipales : couverture quotidienne dans le cahier régional et sur le numérique, prolongements dans la rubrique Politique du cahier national, focus régulier sur 24 villes tests dans lesquelles l'issue du scrutin est très incertaine. Le Parisien connaît l'attachement de ses lecteurs à ces élections et au rôle essentiel des maires dans leur quotidien. Il fera vivre, jusqu'au 28 juin, ce grand moment démocratique.

Contacts Presse

Agnès Clowez : aclowez@lesechosleparisien.fr - 07 62 82 50 20
Agence KBZ Corporate : Sandra Tricot : stricot@kbzcorporate.com - 06 65 85 85 65
Agence KBZ Corporate : Patricia Pascal : ppascal1005@gmail.com - 06 07 42 07 58
pressroom-lesechos-leparisien.com | Compte Twitter-Instagram : @Echos_Parisien