

## Le Parisien lance une nouvelle campagne de communication et révèle sa nouvelle signature de marque : “créer du lien”. Une nouvelle étape du projet éditorial #LeParisien200000

**Le Parisien continue le déploiement de son nouveau projet éditorial pour notamment accélérer sa transition digitale et atteindre 200.000 abonnés numériques. Aujourd’hui, il franchit une étape supplémentaire avec une nouvelle identité de communication et la révélation de sa signature de marque : “Le Parisien, créer du lien”.**

Cette mise en œuvre débutera le 28 septembre par une campagne de communication qui accompagnera le lancement de la nouvelle application mobile du Parisien. Elle a intégralement été conçue et produite en interne par la Direction de la Communication du Groupe Les Echos - Le Parisien. Au fil des prochains mois, elle se déclinera en presse, sur le web et les réseaux sociaux, en affichage et en télévision.

L’objectif de la communication est double :

- **Redonner de la valeur à la proposition éditoriale du Parisien** : une marque grand public qui favorise l’accès du plus grand nombre à une information de qualité ; une identité transpartisane de média national et local ; une proximité avec les préoccupations des Français et une capacité à détecter les sujets qui émergent dans la société.
- **Mettre en lumière les nouveaux champs explorés par la rédaction** : le développement du récit et du reportage, formats propices à l’immersion du lecteur ; l’ouverture à des thématiques plus personnelles qui sont aussi des sujets de société (bien manger, mobilités urbaines, science, tech...) ; l’animation d’un débat public de qualité et populaire en s’ouvrant à tous les points de vue et en y associant les Français.

**Le Parisien a toujours eu pour ambition de concilier journalisme de proximité et journalisme de qualité. A l’instar de tous les produits en cours de refonte, sa nouvelle application mobile a porté un soin très attentif à l’expression visuelle de son expérience, ce que l’on retrouvera dans la campagne de communication.**

En avant-première, les trois premiers visuels de la campagne qui seront affichés en dos de kiosques dès lundi 28 septembre :



## Contacts Presse

Agnès Clowez : [aclowez@lesechosleparisien.fr](mailto:aclowez@lesechosleparisien.fr) - 06 12 09 55 46  
Agence KBZ Corporate : Sandra Tricot : [stricot@kbzcorporate.com](mailto:stricot@kbzcorporate.com) - 06 65 85 85 65  
Agence KBZ Corporate : Patricia Pascal : [ppascal1005@gmail.com](mailto:ppascal1005@gmail.com) - 06 07 42 07 58  
[pressroom-lesechos-leparisien.com](http://pressroom-lesechos-leparisien.com) | Compte Twitter-Instagram : @Echos\_Parisien