

3 LA CRÉATIVITÉ DES MARQUES DE PRESSE



LA PRESSE EST CRÉATIVE ! LE FORMAT ADAPTÉ AU SUJET « LE GRAND PARISIEN »

LE GRAND PARIS, UN ENJEU CAPITAL DONT S'EMPRE LE PARISIEN

Une thématique structurante pour demain

- Mobilité, habitat, santé, urbanisme, éducation, emploi : des nouveaux territoires de vie à redéfinir

Une problématique au cœur de l'ADN du Parisien

- Le projet du vivre ensemble par excellence : amélioration du cadre de vie, construction d'une ville durable, corrections des inégalités éditoriales

Un dispositif au long cours

- Le coup d'envoi : un Parisien XXL
- Chaque semaine, un coup de projecteur sur un projet
- Une verticale digitale

Annonces partenaires :

Emerige – Enedis - Disneyland Paris – Air France – SNCF
Société du Grand Paris – RATP – CR IDF



COUP D'ENVOI DU DISPOSITIF :
UN PARISIEN
XXL

POUR LA PREMIÈRE FOIS,
LA TAILLE
DU PARISIEN
DOUBLE !

LesEchos
Le Parisien
MÉDIAS

#DLPlapreuve