SPÉCIAL COVID 19

ESPACE PHR
PRESSE HEBDOMADAIRE RÉGIONALE

# PRESSE HEBDOMADAIRE RÉGIONALE

PROXIMITÉ - EFFICACITÉ - SOLIDARITÉ

2020

# *Drive to* PHR

## DU SUR-MESURE ACCESSIBLE

Pour Drive Piéton, Pick and Collect, Drive, Livraison à Domicile.

Le sur-mesure au **tarif du *PHR Natio***
adapté à toutes les configurations* pour faciliter l'accès au drive

*à partir de 10 points de ventes et 3 départements

# PHR *DRIVE* DU SUR-MESURE ACCESSIBLE!

## COMMUNICATION GÉOMARKETÉE

- Tous les réseaux de franchisés ou d'affiliés
- Pour des opérations ponctuelles
- Un ou plusieurs visuels avec ou sans repiquage
- Des zones de vie ou zones de chalandises* ciblées
- Le CPM du *PHR Natio,* Page quadri 1/2 page ou ¼ page

*à partir de 10 points de ventes et 3 départements

ESPACE PHR

PRESSE HEBDOMADAIRE RÉGIONALE

# UNE PRESSE DE PROXIMITÉ

# LA PROXIMITÉ TOUT NATURELLEMENT

## L'HEBDO LOCAL, C'EST LE MONSIEUR JOURDAIN DE LA GÉOLOCALISATION

**JEAN-PIERRE DE KERRAOUL**

**Avec ses 240 titres implantés sur le territoire, la presse hebdomadaire régionale (PHR) évolue au plus près des bassins de vie des Français. Le président de la régie Espace PHR explique l'adéquation entre le média, les attentes du public et celles des marques.**

**INFLUENCIA I QUI SONT LES LECTEURS DE LA PRESSE HEBDOMADAIRE RÉGIONALE (PHR) ET QUE VOUS APPELEZ « RÉGIONAUTES » ?**

**JEAN-PIERRE DE KERRAOUL** Les régionautes représentent les Français d'aujourd'hui, qui quittent souvent les grandes villes pour aller vivre dans des communes plus petites en périphérie ou dans des villes moyennes. Ils y trouvent un environnement local plus humain qui correspond aux valeurs de confiance, de convivialité et de proximité auxquelles ils sont attachés. Ils sont modernes et engagés, plus jeunes, plus féminins et plus actifs que les lecteurs de la presse quotidienne régionale (PQR). Chaque hebdomadaire local correspond à un bassin de vie et joue un rôle fédérateur. Il défend des causes communes à tous et sa périodicité favorise sa fonction plaisir. La PHR, c'est le support par excellence de la proximité géographique et affective. Il y a donc une adéquation presque parfaite entre le média, les attentes et le mode de vie de nos contemporains.

**INFLUENCIA I EN QUOI CELA CORRESPOND-IL AUX ATTENTES DU MARCHÉ ?**

**JPK** Le marché publicitaire est à la fois global et local, extrêmement concentré dans ses décisions d'investissement et très éclaté dans ses cibles. Les annonceurs et les agences médias attendent que les supports – la presse en particulier – leur apportent de plus en plus de preuves d'efficacité, d'économie dans les procédures, mais aussi des indicateurs qualitatifs et contextuels pertinents. Les marques veulent communiquer sur des supports porteurs de sens, d'émotion et d'authenticité, d'originalité et de personnalisation. En région, la PHR apporte une réponse à cette double exigence d'efficacité et de contextuel géolocalisé. Pour être entendue par tous, une marque doit parler à chacun dans son environnement. L'hebdo local, c'est le monsieur Jourdain de la géolocalisation.

**INFLUENCIA I AVEC QUELS RÉSULTATS ?**

**JPK** Depuis trois ans, le chiffre d'affaires d'Espace PHR est en progression chaque année, car de nouveaux secteurs d'activité découvrent l'intérêt de la PHR pour atteindre leurs cibles dans la diversité des territoires. La régie nationale Espace PHR construit des plans sur mesure pour toucher jusqu'à 7 millions de Français avec la totalité des titres, ou seulement les départements utiles à la campagne, les zones côtières par exemple, ou des cibles de surpression pour une marque à réseau, et ce à travers le print et sa nouvelle offre digitale. Les hebdos locaux apportent un complément d'audience quantitatif et qualitatif souvent incontournable, car 60 % de leurs lecteurs sont exclusifs en région et 49 % ne lisent aucun quotidien régional ou national.

**EN APPORTANT DES DONNÉES SUR LA RELATION DU LECTEUR À SON JOURNAL, LE CONTRAT DE LECTURE, L'ENGAGEMENT, L'ÉTUDE « ONE NEXT » MARQUERA UN PROGRÈS TRÈS IMPORTANT DANS LA VALORISATION DES AUDIENCES DE LA PRESSE.**

**INFLUENCIA I QU'EST-CE QUE LA PHR PEUT ATTENDRE DE LA NOUVELLE ÉTUDE D'AUDIENCE « ONE NEXT » ?**

**JPK** Le principal apport de cette nouvelle étude, dont les résultats seront livrés au marché en juin 2020, est son panel « Tempo », qui va permettre de temporaliser les audiences. Avec l'intégration des reprises en main – déterminantes dans la mesure des contacts –, la presse sera sur un pied d'égalité avec la télévision et Internet. Bien sûr, cela ne changera rien à l'audience elle-même, mais la prise en compte de la répétition fera baisser le coût GRP. L'étude apportera aussi beaucoup d'informations qualitatives sur l'accès à l'information, la relation du lecteur à son journal, le contrat de lecture, l'engagement, etc. En presse de proximité, le lien entre le lecteur et son journal est particulièrement fort. La PHR pourra donc mettre en avant des données qualitatives précieuses pour caractériser son offre. Pour l'efficacité d'une campagne, la capacité du média à favoriser l'adhésion du consommateur est un élément essentiel. One Next marquera donc un progrès très important dans la valorisation des audiences de la presse.

# HEBDO RÉGIONAL : UNE TRIPLE FONCTION

## ÉDITORIALE

**OBSERVATEUR DE LA VIE LOCALE**

Les lecteurs ont tous eu au moins une fois leurs proches en photo ou leur nom dans le journal, c'est l'album de famille …et des entreprises

## PUBLICITAIRE

**MÉDIA DE PROXIMITÉ**

Pour générer du trafic sur les points de vente. La presse du « dernier kilomètre »

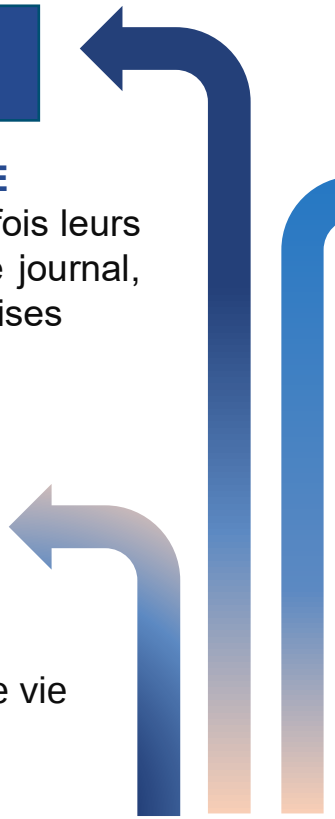
Pour des prises de paroles citoyennes

Pour développer les entreprises locales et le commerce de proximité

## SOCIALE

**ACTEUR DE LA VIE LOCALE**

Créateur de lien social sur un bassin de vie



## HEBDO RÉGIONAL

ESPACE PHR PRESSE

HEBDOMADAIRE RÉGIONALE

# UNE FORCE DE FRAPPE NATIONALE

# AVEC UN ACCENT TRÈS LOCAL

# 3 062 000 LECTEURS PHR EXCLUSIFS

1

**84%** DES LECTEURS DE PHR **NE LISENT PAS LA PQN***

2

**59%** DES LECTEURS DE PHR **NE LISENT PAS LA PQR**

3

**49%** DES LECTEURS DE PHR **NE LISENT NI LA PQR, NI LA PQN, NI LA PGI**

*SOURCE : ACPM ONE 2017 – LDP PHR NATIONAL*

*PQN hors presse hippique)*

# SUR-REPRÉSENTATION DE LA POPULATION RURBAINE

| PROFIL POPULATION *par strate d'habitat* | - DE 50 000 HAB. | 50 À 100 000 HAB. |
|---|---|---|
| **ENSEMBLE** (15ANS ET +) | 46% | 7% |
| LECTEUR DE **PQR** | 58% | 10% |
| **LECTEUR DE PHR** | **70%** | **9%** |

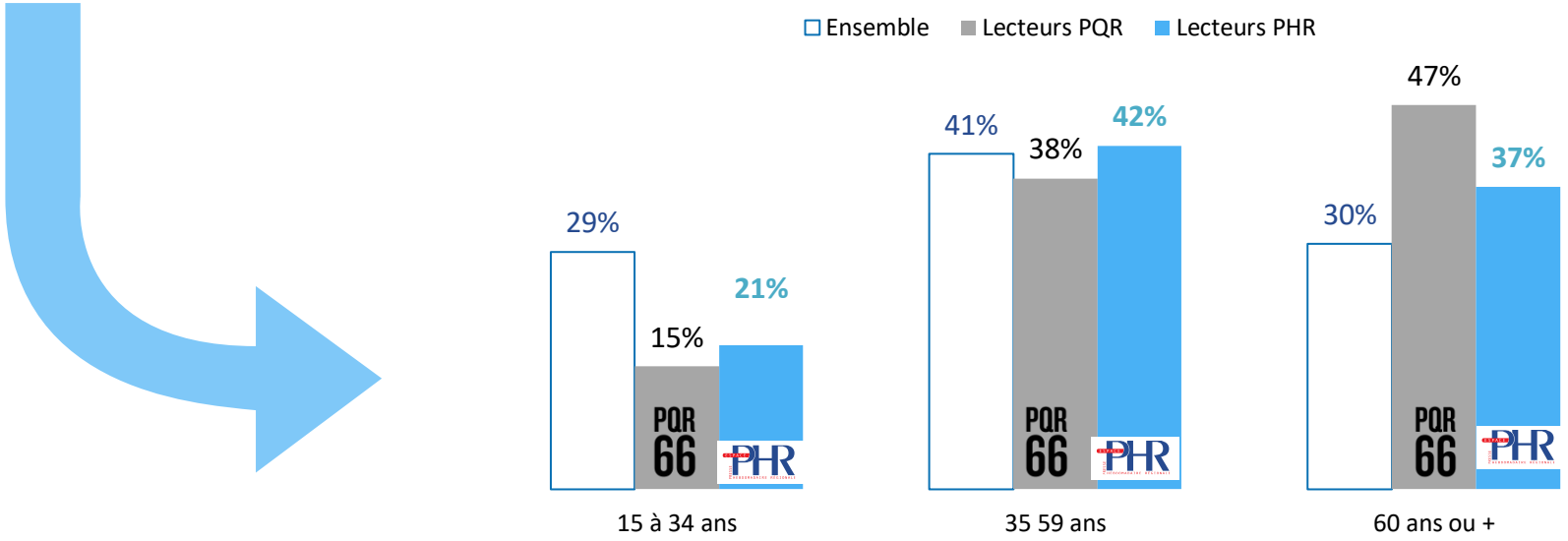
## UN MAILLAGE EXCEPTIONNEL DU TISSU RURBAIN

***Lecture : 70%** des lecteurs de **PHR** vivent dans des **villes de moins de 50 000 habitants***
*(contre 58% pour les lecteurs de PQR et 46% de la population française)*

*SOURCE : ACPM ONE 2017 LDP PHR NATIONAL / LDP PQR66*

# DES LECTEURS ACTIFS

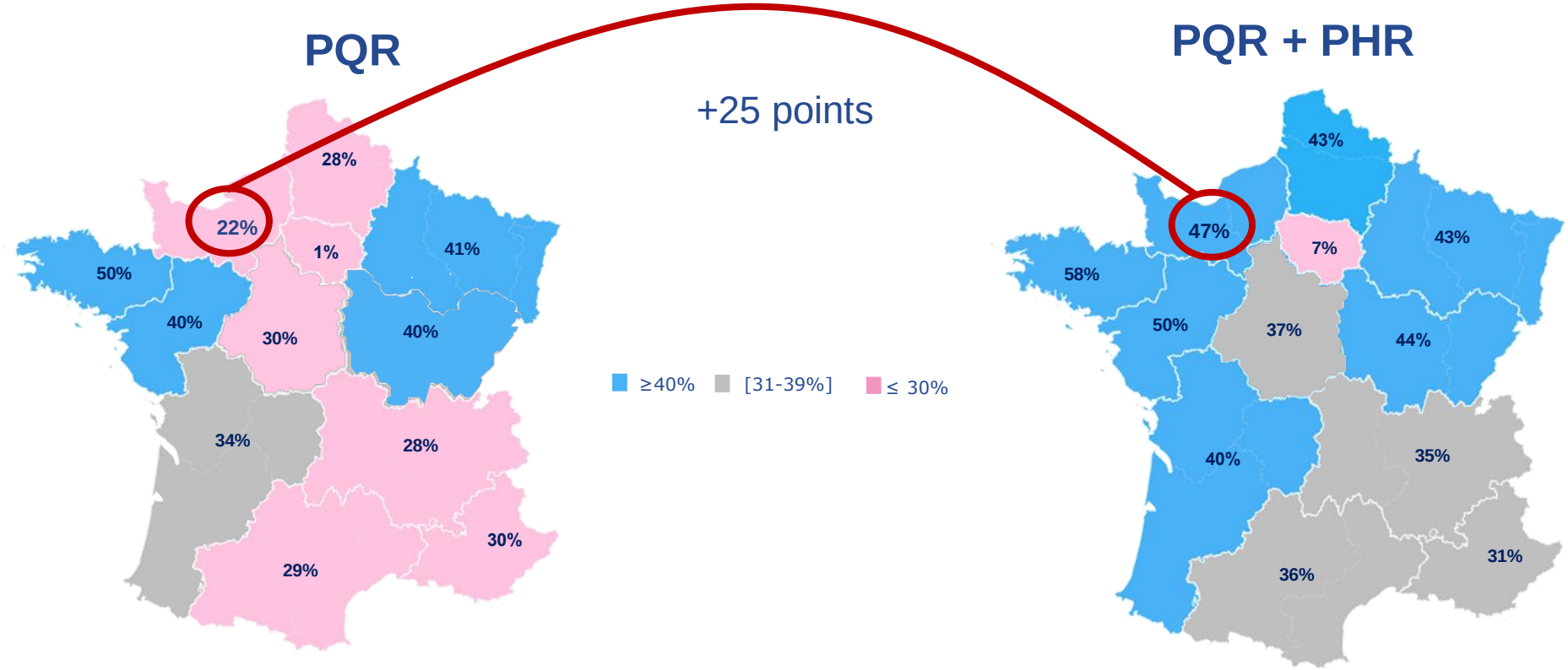
| STRUCTURE / PROFIL | HOMME | FEMME | ENFANTS DE – 15 ANS | ACTIFS |
|---|---|---|---|---|
| **ENSEMBLE (15ANS ET +)** | 48% | 52% | 30% | 55% |
| LECTEUR DE PQR | 50% | 50% | 20% | 46% |
| LECTEUR DE PHR | 47% | 53% | 28% | **54%** |




SOURCE : ACPM ONE 2017 LDP PHR NATIONAL / LDP PQR66

# PRESSE RÉGIONALE = PQR + PHR

## UN PUISSANT RENFORT DE COUVERTURE QUI VOUS PERMETTRA DE TOUCHER LA FRANCE DANS SA TOTALITÉ




- UNE OPTIMISATION ET UNE HOMOGÉNÉISATION DE LA COUVERTURE
- 7 RÉGIONS ATTEIGNENT DES SCORES SUPÉRIEURS OU ÉGAUX À 40% (VS 4 EN PQR SEULE)

les titres PHR gratuits ne sont pas comptabilisés

*SOURCE : ACPM ONE 2016 AUDIENCE DÉDUPLIQUÉE LDP PHR NATIONAL / LDP PQR66*

# LA PRESSE HEBDOMADAIRE RÉGIONALE, C'EST…

- Une presse de **proximité** qui **génère du trafic** sur les points de vente

- Un lectorat ancré dans la **vie active (35-59 ans), rurbain**, **exclusif, fidèle** et **attaché à son journal**

- Un **média national** ou **sur mesure**, présent sur des **zones peu exposées,** avec un **rythme de parution tactique et économique**

# LA PRESSE HEBDOMADAIRE RÉGIONALE, C'EST…

**La puissance nationale 100 % information locale**

# LE MEILLEUR DU LOCAL . FR

| |
|---|
| lecourrierdhirson.fr |
| lobservateur.fr/fourmies |
| lobservateur.fr/arrageois |
| lobservateur.fr/avesnois |
| lobservateur.fr/cambresis |
| lobservateur.fr/douaisis |
| lobservateur.fr/valenciennois |
| lobservateur.fr/sambre |
| la-thierache.fr |
| lebonhommepicard.fr |
| lechoduthelle.fr |
| lejournalduham.fr |
| lobservateurdebeauvais.fr |
| lamanchelibre.fr |
| tendanceouest.com |
| lecourriercauchois.fr |

+

| |
|---|
| lasemainedansleboulonnais.fr |
| lavenirdelartois.fr |
| lechodelalys.fr |
| lejournaldesflandres.fr |
| lepharedunkerquois.fr |
| lejournaldemontreuil.fr |
| lereveildeberck.fr |
| lesechosdutouquet.fr |
| lindicateurdesflandres.fr |
| lemessager.fr |
| lasavoie.fr |
| latribunerepublicaine.fr |
| lepaysgessien.fr |
| lessorsavoyard.fr |

+

actu.fr

# LE MEILLEUR DU LOCAL . FR

18 Millions de VU

80 Millions de pages vues

53 %

47 %

59 %

41 %

# LA RÉGIE DES Régionautes®


**Richard Benbennaï**
Digital & Print
06 71 10 62 89
richard.benbennai@espacephr.fr

**Marc Espinasse**
Directeur Développement
06 12 71 20 64
marc.espinasse@espacephr.fr

**Nathalie Tanguy**
Cheffe de publicité
06 87 75 86 54
nathalie.tanguy@espacephr.fr

**Antoine RIVALAIN**
Directeur Commercial
06 03 85 38 74
antoine.rivalain@espacephr.fr

.fr


**Espace PHR**
5 rue d'Alsace 75010 Paris
www.espacephr.fr

Pendant le confinement

ESPACE PRESSE PHR HEBDOMADAIRE RÉGIONALE

devient

ESPACE P ESPACE H ESPACE R ESPACE

Gardez vos distances et portez vous bien