
PARIS MATCH
L'ESPRIT MATCH
L'OFFRE DATA
Les Echos Le Parisien MÉDIAS
PARIS MATCH MÉDIAS



Paris Match entretient avec ses audiences un **lien privilégié** fait d'**émotion** et de **passion**.

Marque iconique, elle fédère, autour de récits collectifs et de héros communs, une **communauté de lecteurs** qui partage un même **état d'esprit** :

L'ESPRIT MATCH

Audace, partage, curiosité, exigence, raffinement : les valeurs qui font l'ADN de la marque et rassemblent ses audiences.

L'ESPRIT MATCH

Une communauté animée par une envie de **partage** et de **convivialité**.

Des passionnés en recherche d'**émotions** et d'**expériences inédites**, animés par le besoin **d'apprendre** et de se **cultiver**.

Une sensibilité à une certaine idée de l'**élégance** et du **glamour**.



Les Echos Le Parisien MÉDIAS

PARIS MATCH MÉDIAS

Découvrez

L'ESPRIT MATCH

Un cookie pool de + de 2M de membres de la communauté Paris Match

Une sélection **des internautes les plus engagés*** sur les contenus **Lifestyle, Culture & Célébrités**

SONAR

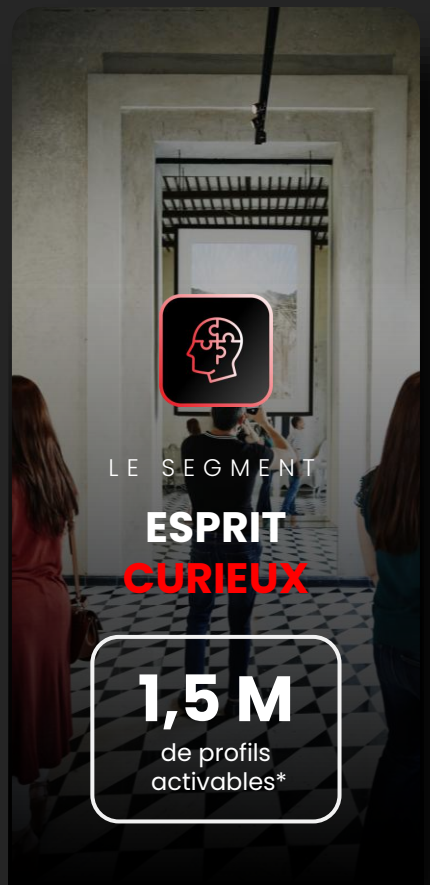
LES ECHOS LE PARISIEN MÉDIAS · PARIS MATCH MÉDIAS

*Minimum 3 articles consommés sur les 30 derniers jours

Une offre déclinée en 5 ciblages personae-data

Pour adresser les **différents piliers** de l'Esprit Match

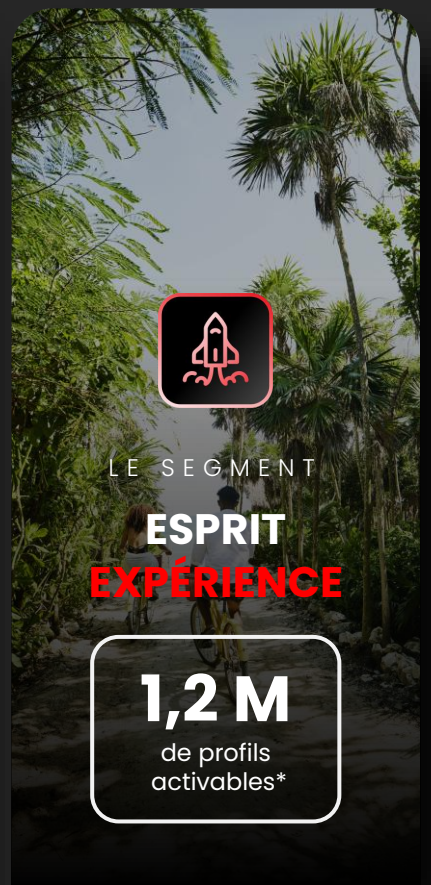
Au total, + de 2M de profils first-party dédupliqués



LE SEGMENT

ESPRIT CURIEUX

1,5 M de profils activables*



LE SEGMENT

ESPRIT EXPÉRIENCE

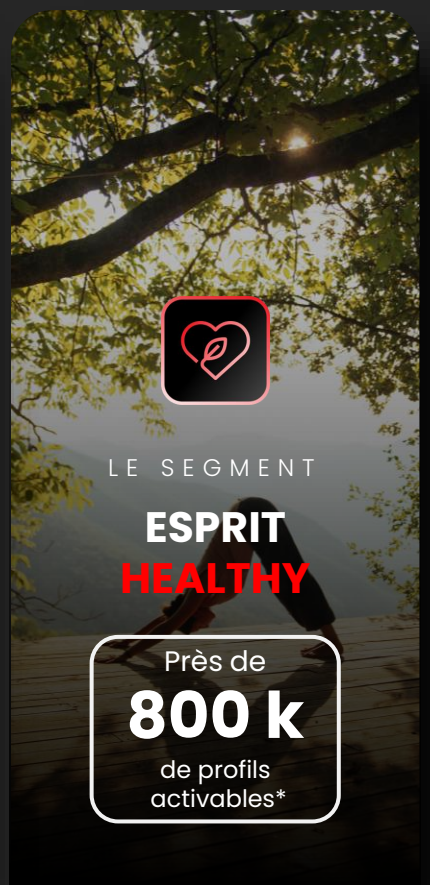
1,2 M de profils activables*



LE SEGMENT

ESPRIT ÉPICURIEN

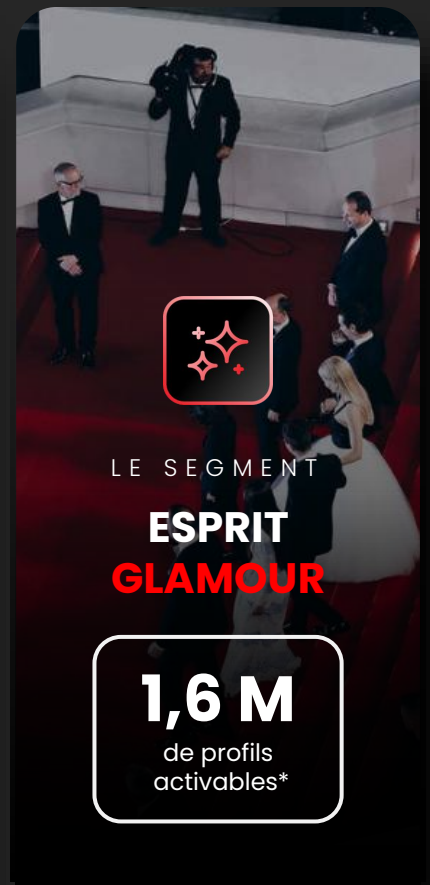
1,4 M de profils activables*



LE SEGMENT

ESPRIT HEALTHY

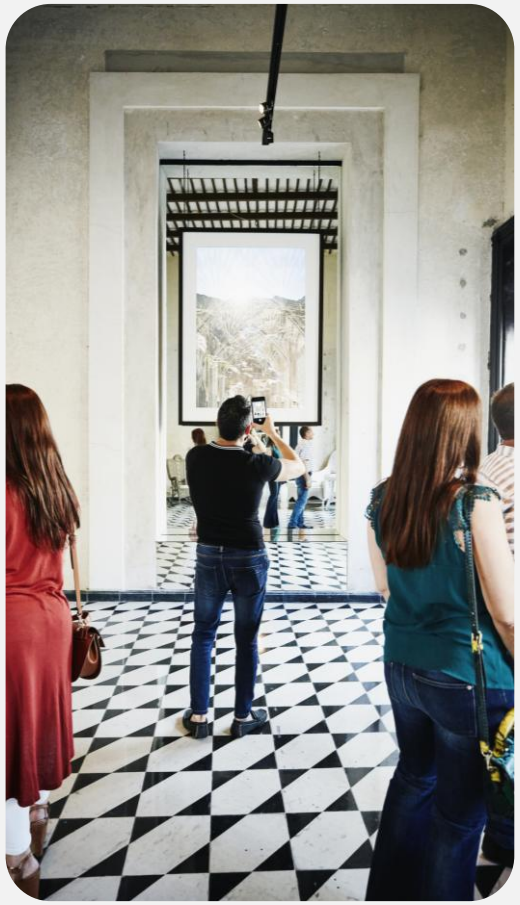
Près de **800 k** de profils activables*



LE SEGMENT

ESPRIT GLAMOUR

1,6 M de profils activables*



LE SEGMENT

ESPRIT CURIEUX

LEUR MINDSET

- Des individus passionnés par l'**art** et la **culture**.
- Ils suivent **l'actualité culturelle** et s'intéressent aux **grands événements** : festivals, remises de prix ...
- Ils profitent de leur temps libre pour s'adonner à des **activités culturelles** et **artistiques**.
- *Des lecteurs assidus** (ind. 125) et *des fidèles des salles de cinéma*** (ind. 141)

LEURS MOTS CLÉS

Prix littéraires | **Concerts** | **Charlotte Casiraghi** | **Musée** | **Bande-annonce** | **Césars** | **Avant-première** | **Expositions** | **Comédie musicale** | **Oscars** | **Comédie française** | **Ballet** | **Opéra** | **Victoires de la Musique** | **Art contemporain**

1,5 M
de profils activables*

DONNÉES CONTEXTUELLES

Contextes Culture

ENGAGEMENT DE L'AUDIENCE

Minimum **2 articles lus sur les 15 derniers jours** par l'utilisateur

*Source :*Ils ont lu au moins 5 livres au cours des 12 derniers mois **Ils se rendent au cinéma au moins une fois par mois*
ACPM OneNext Insight 2025 – Brand Paris Match 30 jours



LE SEGMENT

ESPRIT EXPÉRIENCE

LEUR MINDSET

- Ils cherchent à profiter pleinement des **plaisirs de la vie**.
- Voyages, Automobile, Gastronomie … Ils aiment la **nouveauté**, les **découvertes** et **multiplient les expériences**.
- *Ils aspirent à une vie pleine de **défis, de nouveautés et de changements*** (ind. 112)
- *Ils sont passionnés de **voyages**** (ind. 120)

LEURS MOTS CLÉS

Bistronomie | **Œnotourisme** | **Croisière** | **Road trip**
Thomas Pesquet | **Destination incontournable** | **Club Med**
Voitures de collection | **Escapade** | **Mixologie** | **Van Life**
Cyclotourisme | **Rooftop** | **Grand Prix** | **Découverte**

1,2 M
de profils activables*

DONNÉES CONTEXTUELLES

Contextes Art de vivre, Gastronomie, Voyage, Auto

ENGAGEMENT DE L'AUDIENCE

Minimum **3 articles lus sur les 30 derniers jours** par l'utilisateur

Source : ACPM OneNext Insight 2025 – Brand Paris Match 30 jours



LE SEGMENT

ESPRIT ÉPICURIEN

LEUR MINDSET

- Ils aiment rassembler leurs proches pour vivre des moments de **convivialité : repas, sorties, célébrations**.
- *Ils ont l'habitude de recevoir de la famille, des amis* (ind. 123)
- *Ils aiment cuisiner de bons plats* (ind. 115)
- Ils n'hésitent pas à **dépenser** pour **se faire plaisir** et **faire plaisir à leur entourage**.

LEURS MOTS CLÉS

Cocktails | Dégustation | Beaujolais nouveau | Idées cadeaux | Plat signature | Fête des mères | Accord mets-vins | Saint-Valentin | Iris Mittenaere | Secret Santa | Apéritif | Table de fête | Grand cru

1,4 M

de profils activables*

DONNÉES CONTEXTUELLES

Contextes Art de vivre et Gastronomie

ENGAGEMENT DE L'AUDIENCE

Minimum **3 articles lus sur les 30 derniers jours** par l'utilisateur

Source : ACPM OneNext Insight 2025 – Brand Paris Match 30 jours



LE SEGMENT

ESPRIT HEALTHY

LEUR MINDSET

- Attentifs à leur **santé** et à leur **bien-être global**, ils ont un **mode de vie équilibré**.
- Ils recherchent des conseils sur la **nutrition**, **l'activité physique**, la **beauté** et veulent consommer des **produits sains**.
- *Ils s'intéressent à la santé et à la diététique* (ind. 141)
- *Ils sont prêts à dépenser pour des produits alimentaires de bonne qualité* (ind. 118)
- *Ils ont adopté une hygiène de vie sportive pour limiter les problèmes de santé* (ind. 116)

LEURS MOTS CLÉS

Repas équilibrés | **Sommeil** | **Laury Thilleman** | **Spa**
Nutrition | **Produits bios** | **Compléments alimentaires**
Yoga | **Renforcement musculaire** | **Menu détox**
Rituel bien-être | **Apple Watch** | **Masque LED** | **Pilates**

Près de

800K

de profils activables*

DONNÉES CONTEXTUELLES

Contexte Santé

ENGAGEMENT DE L'AUDIENCE

Minimum **1 article lus sur les 7 derniers jours** par l'utilisateur

Source : ACPM OneNext Insight 2025 – Brand Paris Match 30 jours



LE SEGMENT

ESPRIT GLAMOUR

LEUR MINDSET

- Ils sont **à l'écoute des tendances luxe** et **lifestyle**.
- *Ils aiment être au courant de la mode* (ind. 136)
- Ils aspirent à un **mode de vie raffiné** et cherchent à **se distinguer** par leur **consommation**.
- *Ils attendent des marques de luxe qu'elles leur proposent des expériences uniques et exclusives* (ind. 121)

LEURS MOTS CLÉS

Édition limitée | Adresse d'exception | Nouvelle collection | Routine skin care | Restaurant étoilé | Festival de Cannes | Timothée Chalamet & Kylie Jenner | Haute joaillerie | Parfum | Fashion Week | Objet d'art | Make-Up Artist | Grand cru

DONNÉES CONTEXTUELLES

Contextes Célébrités, Royal Blog, Mode, Horlogerie, Joaillerie

ENGAGEMENT DE L'AUDIENCE

Minimum **3 articles lus sur les 30 derniers jours** par l'utilisateur

1,6 M

de profils activables*

Source : ACPM OneNext Insight 2025 – Brand Paris Match 30 jours

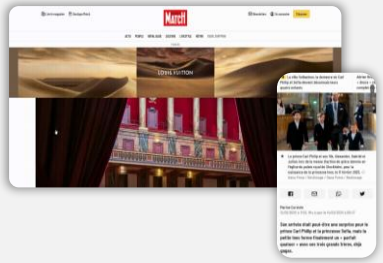
Activez dès maintenant nos ciblages personae-data

DISPLAY

Site & App

Formats impactants

Habillage, Cover,
Masthead, Grand angle,
Pavé, Bannière, Interscroller





Et en complément des offres contextuelles « Les Collections digitales »

Luxe, Lifestyle, Gossip,
Culture & Voyages ...

SOCIAL MEDIA

Sur-mesure & Social Publishing





Amplification, retargeting et en stratégie full funnel