



POSITIONNEMENT

Nos 4 principes éditoriaux qui font la différence :

- Placer le lecteur au cœur de l'information

La rédaction sait que son lecteur est un média-consommateur et doit donc aller plus loin que le simple commentaire du fait d'actualité. Elle illustre le discours du journaliste par des témoignages et met en connexion les lecteurs, les experts et les protagonistes dans une interlocution égalitaire.

- Permettre de comprendre les événements

Pédagogique, Aujourd'hui en France - Le Parisien donne toutes les clés pour comprendre l'actualité. L'information est enrichie par de nombreuses infographies, des chronologies, des questions/réponse, des repères... Elle est complétée par des avis d'experts, parfois contradictoires, qui permettent au lecteur de se forger sa propre opinion.

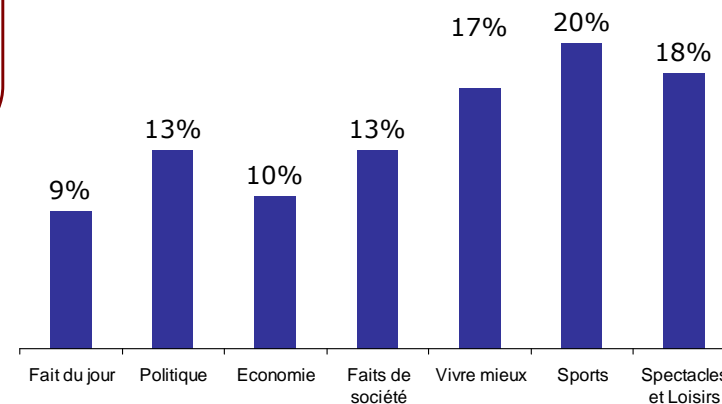
- Considérer le lecteur comme un acteur responsable

La rédaction cherche à armer son lecteur contre le sentiment d'impuissance créé par une actualité souvent anxiogène. Elle interpelle le lecteur dans sa capacité à agir et à s'impliquer dans la vie citoyenne. Elle cherche toujours à prendre du recul pour dégager des perspectives d'évolution.

- Saisir les multiples facettes d'un événement

Aujourd'hui en France - Le Parisien appréhende son lecteur comme quelqu'un qui ne veut pas exclusivement subir le stress médiatique mais être informé dans la durée. La rédaction suit l'information dans le temps, de la genèse aux conséquences. Elle continue à parler d'un sujet, même quand il ne fait plus l'actualité brûlante.

CONTENU REDACTIONNEL



INFOS PRATIQUES

- Périodicité : Quotidien
- Format : 280 x 400
- Pagination : 40 pages par jour en moyenne

CHIFFRES CLÉS

- Diffusion : 488 553 ex (DFP, OJD 2009)
- Audience : 2 231 000 lecteurs (EPIQ 2009-2010)
- Profil : Hommes: 57%, 25-49 ans: 44 %, Actifs: 63%, IDF: 71%
- Lecteur type : Hommes jeunes, actifs et franciliens