



Kit média 2026 la Réclame

Le 1^{er} média du marketing & de la communication
nouvelle génération !

The screenshot shows the website 'la RÉCLAME' with a navigation bar at the top containing 'LA RÉCLAME', 'SCAN BOOK', 'KIT MÉDIA', and a search icon. A newsletter sign-up button 'RECEVEZ NOS NEWSLETTERS' is in the top right. The main header features the logo and the tagline 'CHAQUE JOUR, le meilleur du MARKETING et de la COMMUNICATION'. Below this is a category menu with options like '.CREATIVE', '.TRENDS', '.MARK&TECH', and 'NUMÉRO SPÉCIAL AUDIO DIGITAL'. The main content area features a large article titled 'Data first party & pub digitale' with a subtitle 'La first-party data en publicité digitale : pourquoi et comment ?'. Below this are three smaller article thumbnails: 'Scrollez moins, payez moins pendant la Paris Fashion Week', 'Digital Report France : TikTok est largement en tête des usages', and 'Vos pieds vont vous faire changer de job avec LinkedIn'. On the right side, there is a 'SCANBOOK' section with a search bar and a 'News Scan Book' section featuring 'L3S GR* S MOT\$' and 'L'agence de la semaine'.

Notre groupe

Nous accompagnons les acteurs de la communication dans le développement et la transformation de leur business



Sélection d'agences

Optimiser la performance annonceur / agence



Transformation des modèles d'organisation Marketing et Communication



Média & plateforme de mise en relation

Chaque jour, le meilleur du marketing et de la com'



1er prix de la Transformation Marketing

Un média incontournable sur le marché de la com !

STRATÉGIES

233753

CBNEWS

213844

la **RÉCLAME**

172536

The **Media Leader**

159790

ACPM
LE TIERS DE CONFIANCE
LA VALEUR DES MÉDIAS

*Moyenne mensuelle en 2025
des visites certifiées à l'ACPM

IM
FLUENCIA

58201

Ce qui fait la spécificité (et le succès) de la Réclame

Un angle
éditorial
jeune et
frais

Un média
très
interactif

Nos valeurs

Innovation
Tendances
Pédagogie
Créativité
Décalé

CONSÉQUENCES :

- Un média qui engage ses audiences
- Un média statutaire en termes d'image

L'écosystème de la Réclame

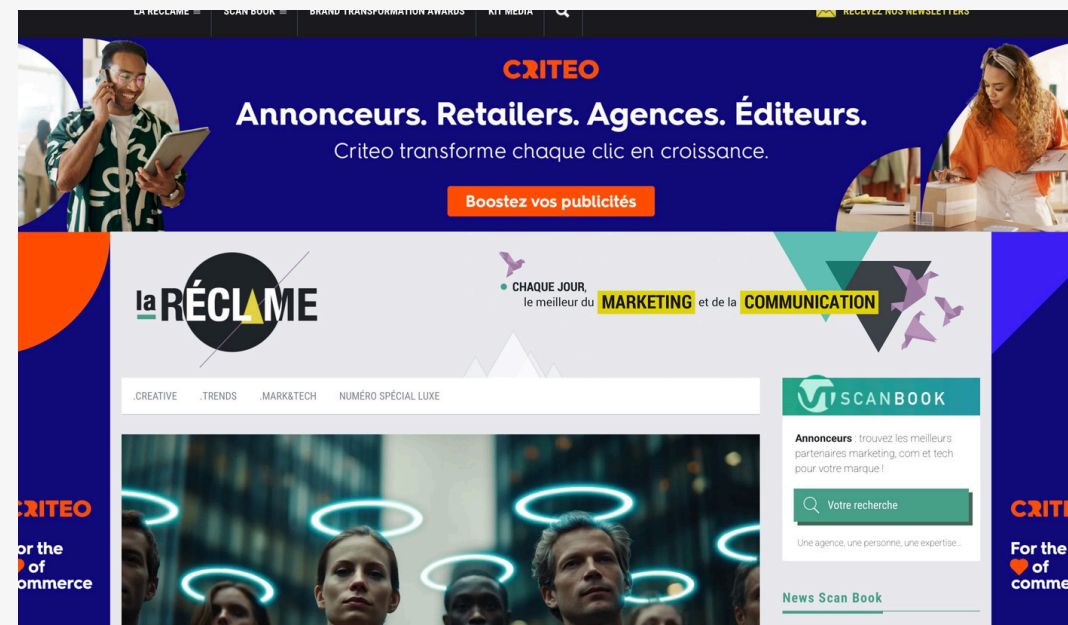
Nos newsletters

- **3 envois hebdomadaires** (mardi, jeudi, vendredi)
- Plus de **20 000 abonnés** certifiés RGPD (.trends, .créa et .mark&tech)
- **45%** de taux d'ouverture



Notre site

- **173 001** visites par mois (certifiées ACPM)
- **253 547** pages vues par mois

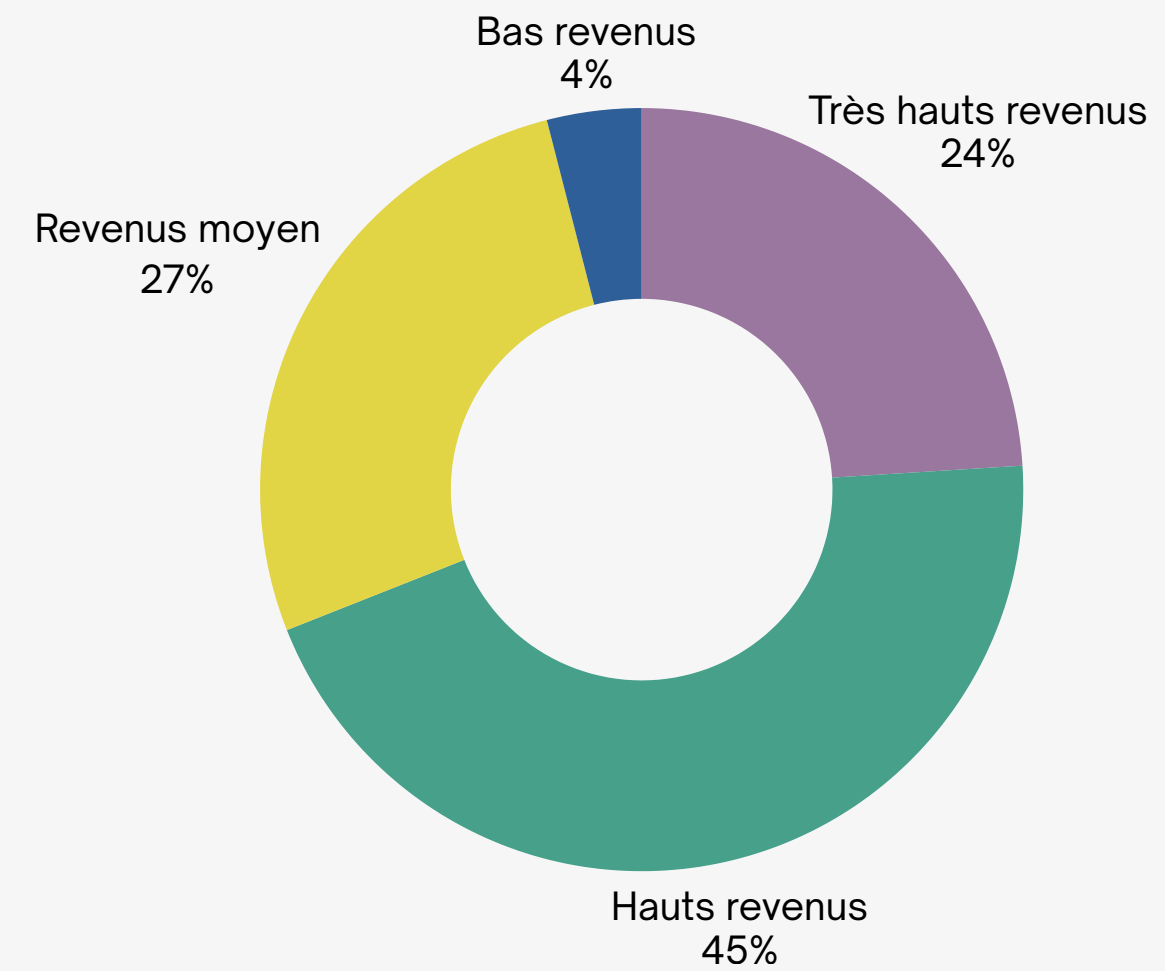
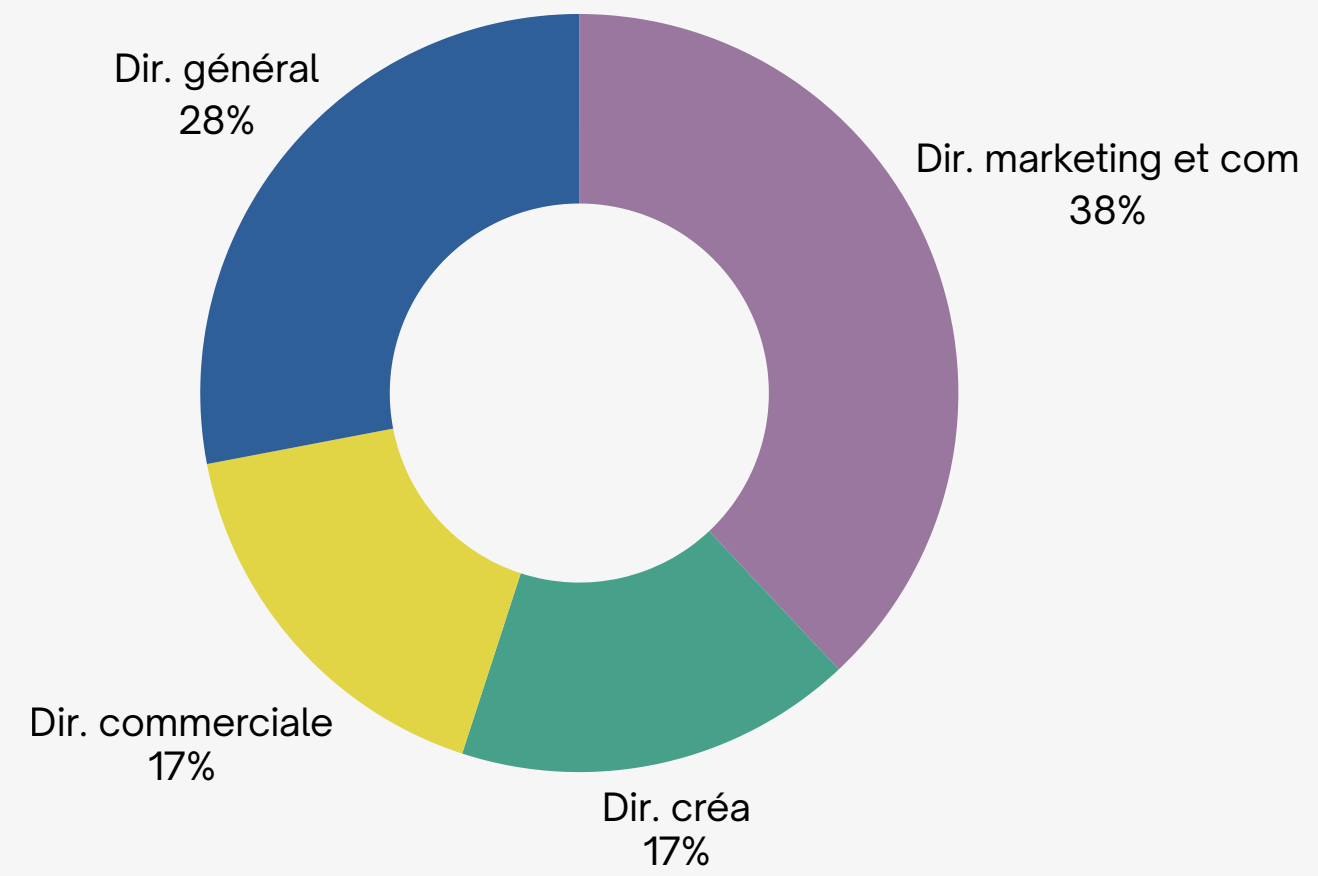
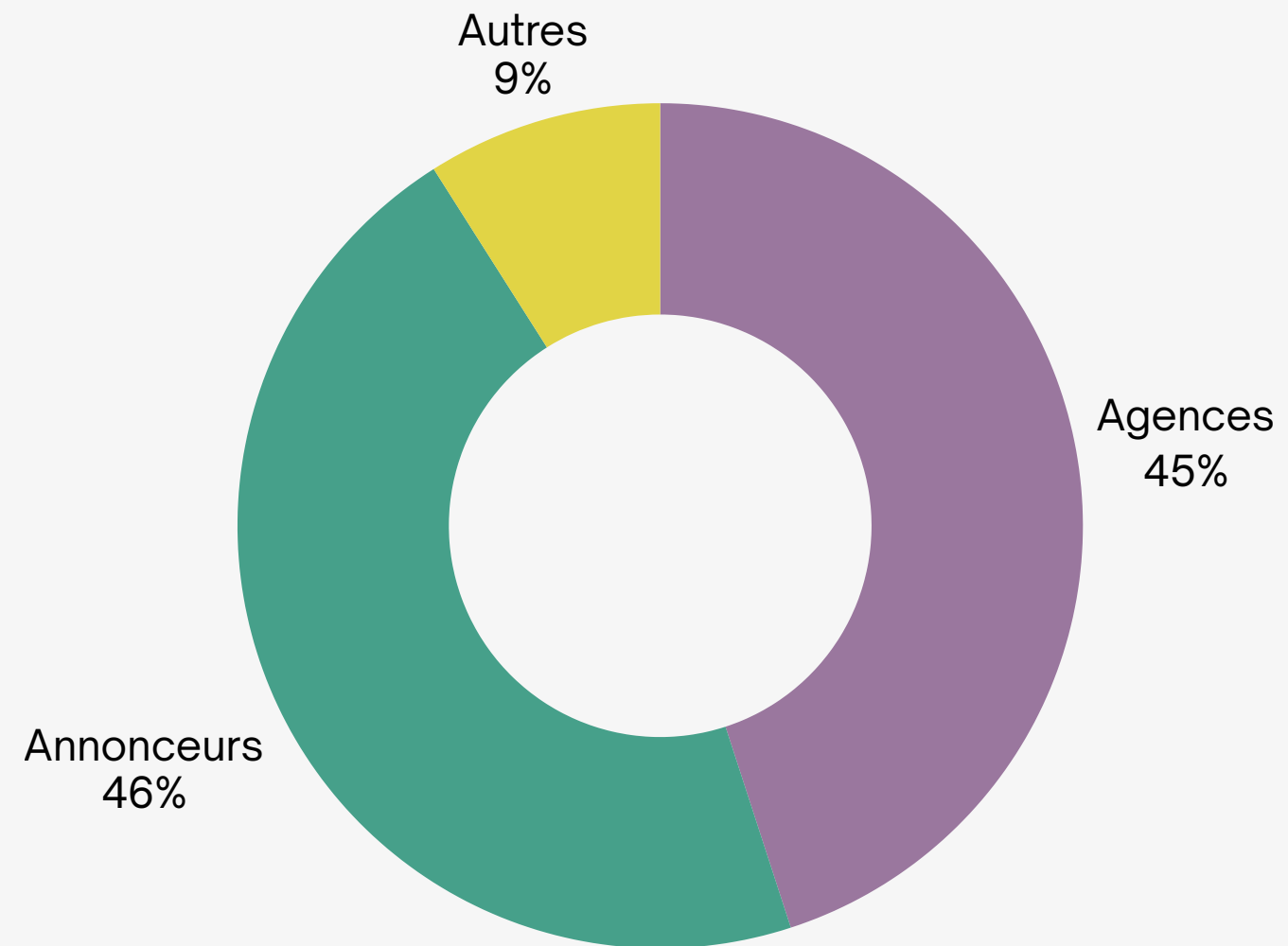


Nos réseaux sociaux

- **62 216** abonnés sur LinkedIn - 14% de taux d'engagement
- **57 600** abonnés sur X



Notre audience



Planning éditorial des numéros spéciaux .mark&tech

14 janvier 2026	Tendances de l'achat média 2026
11 février 2026	Spécial CRM & Data
18 mars 2026	Spécial CTV
8 avril 2026	Spécial DOOH
20 mai 2026	Spécial audio digital
25 juin 2026	Spécial adtech @Cannes
22 septembre 2026	Les innovations CGV 2027
15 octobre 2026	French tech
26 novembre 2026	Spécial retail media
11 décembre 2026	Les défis martech de 2027

NB : les dates sont susceptibles d'être modifiées



Planning éditorial des numéros spéciaux .trends et .créa



16 février 2026	Spécial nouveaux médias
9 mars 2026	Spécial gaming
3 avril 2026	Spécial IA générative
5 octobre 2026	Spécial luxe
16 novembre 2026	Spécial influence



22 janvier 2026	Tendances de la création publicitaire 2026
21 mai 2026	Sujet spécial marketing sportif
22 juin 2026	Spécial créativité @Cannes
17 septembre 2026	Brand content
5 décembre 2026	Les tendances graphiques de 2027



NB : les dates sont susceptibles d'être modifiées

Nos quatre solutions

EVENT

Créez une réelle connexion

VISIBILITÉ

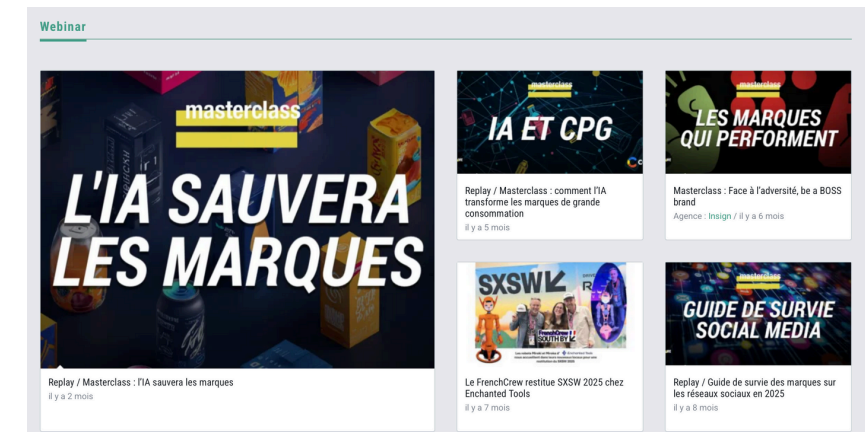
Renforcez votre présence à l'esprit

CONTENUS

Engagez notre audience

ACTIVATION BUSINESS

Générez des leads





NOS EVENTS

Créez une réelle connexion

Organisation d'évènements

Petits-déjeuners *+ frais event*

- Bénéficiez d'un moment privilégié pour **renforcer les relations** professionnelles
- Un engagement fort avec un retour sur investissement optimisé
- Format **flexible et impactant**



Conférences *+ frais event*

- Prise de parole d'expert pour **asseoir votre légitimité** : partage d'insights, tendances, expertises, retours d'expérience...
- Réponses aux questions et **génération de leads qualifiés** en direct
- Format **modulable et valorisable** à long terme
- Peut être **enregistrée, diffusée et réutilisée** sous forme de contenus (replays, articles, extraits vidéo sur les réseaux sociaux...)



CONTENUS

Qui nous permettent d'engager nos audiences

Temps fort sur 6 semaines (dispositif + webinar)

Les masterclasses

The grid contains the following masterclass thumbnails:

- TENDANCES FUTURE 100**
Replay / Masterclass : Les 100 tendances qui vont changer les marques et les consommateurs en 2025
il y a 13 jours
- LES FORMATS LONGS**
Replay / Masterclass : Pourquoi les formats longs cartonnent à l'ère du scrolling
Agence : Brainsonic / il y a 20 jours
- LA CONSIDÉRATION À L'ÈRE DE L'IA**
Replay / Masterclass : redéfinir la considération marketing à l'ère de l'IA
Agence : Big Youth / il y a 27 jours
- FRAGMENTATION DES MEDIA**
Replay de la Masterclass / Converged, la réponse à la fragmentation des media
il y a 43 jours
- LE ROI DE VOTRE STRATÉGIE DE CONTENU**
Replay / Masterclass : comment maximiser le R.O.I. de votre stratégie de contenu ?
il y a 3 mois
- UN .MARQUE POUR VOTRE MARQUE**
Replay / Masterclass noms de domaine : l'opportunité d'un .marque pour votre marque
il y a 3 mois
- LES NOUVEAUX MODÈLES D'ORGANISATION MARKETING**
Masterclass : Quel modèle d'organisation marketing face aux enjeux de 2025 ?
Agence : VTscan / il y a 4 mois
- IA, MARQUES ET SOBRIÉTÉ**
- SOCIAL MEDIA ET LA GÉNÉRATIVE**
- TENDANCES FUTURE 100**
- IA ET SÉLECTION D'AGENCES**

Nos webinars et Masterclass

- Mise en place du contenu (thématique, déroulé) en **collaboration** avec la rédaction de la Réclame
- Un contenu **attractif** et **captif** pour notre audience sur **6 semaines**
- Possibilité de cibler les **annonceurs** uniquement, les **agences** ou les **deux**
- Animation le jour J par l'un de nos **journalistes**



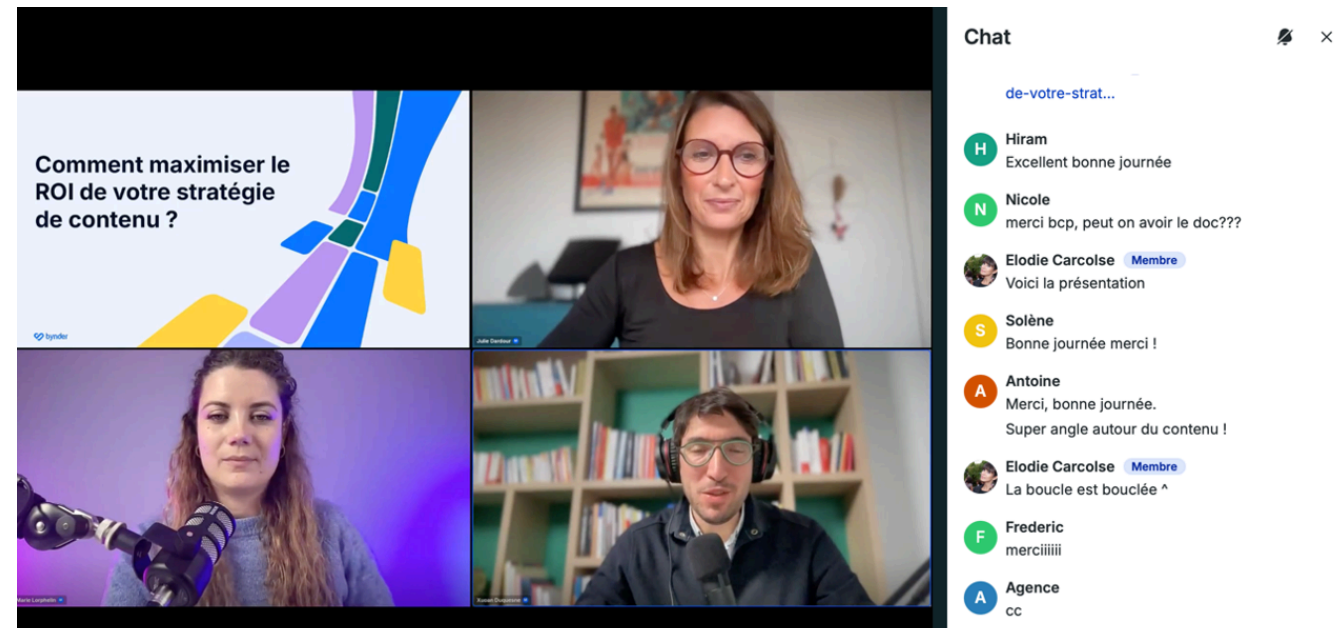
Xuoan Duquesne
Prix du journaliste de la communication 2025 et
DG de la Réclame



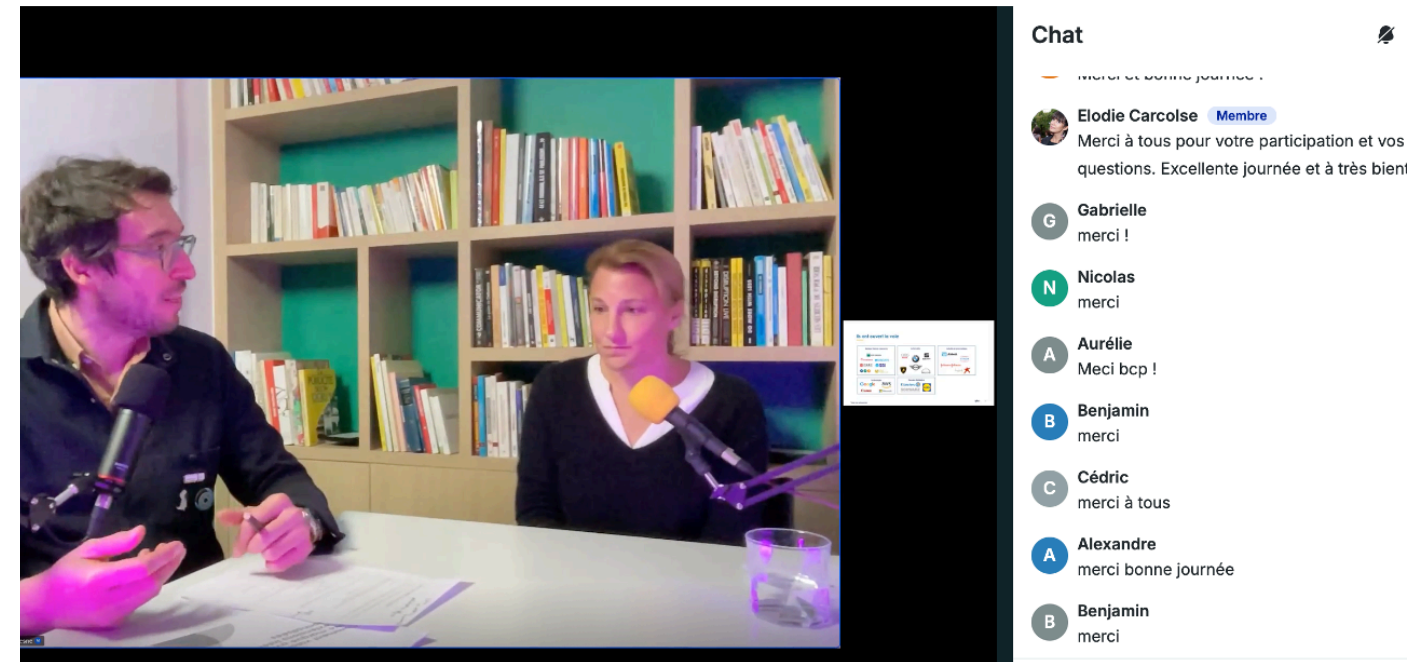
Elodie Carcolse
Rédactrice en chef adjointe

Les différents formats

En live sur notre plateforme Livestrom



Sous forme d'interview



En studio

(moyennant un coût supplémentaire)



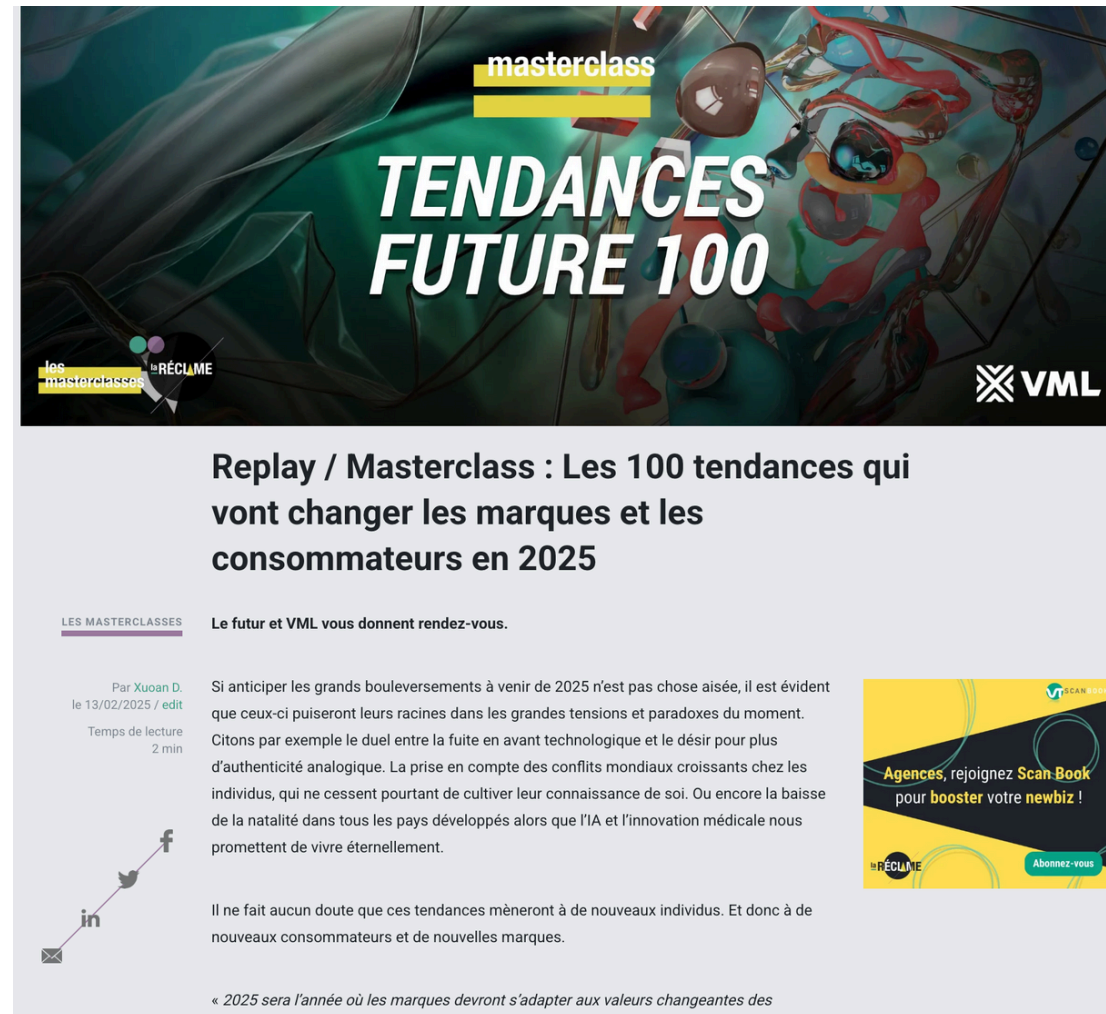
Gestion de la promotion et des participants

Gestion de la promotion (en co-branding)

- Rédaction d'un **article** sur la Réclame
- Envoi de **3 emailings**
- **3 push** sur les réseaux sociaux (*au minimum*)
- **4 push** sur nos newsletters (*au minimum*)
- Messages de rappels automatiques sur la plateforme
- Création d'une **landing page**

Gestion des participants

- Gestion des **inscriptions**
- Livraison des **informations** sur les inscrits
- Livraison des **opt-ins**
- Livraison du **webinar** (mise en ligne sur la Réclame du **replay**)



The screenshot shows a webpage for a masterclass replay. At the top, it says 'masterclass' and 'TENDANCES FUTURE 100'. Below that, the title is 'Replay / Masterclass : Les 100 tendances qui vont changer les marques et les consommateurs en 2025'. There is a sub-header 'LES MASTERCLASSES' and a paragraph of text. On the right, there is a yellow and black graphic with the text 'Agences, rejoignez Scan-Book pour booster votre newbiz !'. At the bottom, there is a quote: '« 2025 sera l'année où les marques devront s'adapter aux valeurs changeantes des... »'. The page also features social media icons for Facebook and LinkedIn, and a 'Abonnez-vous' button.

524 inscrits
en moyenne

233
participants
en moyenne

33%
d'opt-in
en moyenne

Dispositif vidéo (capsules)



Les capsules - 4 capsules ou 8/10 capsules

- **Format court et percutant** pour capter l'attention :
format Reels 1min30
 - **“Une capsule = un insight”**
- Des insights avec différentes verticales
-Création d'un **rendez-vous régulier** avec l'audience
-Diffusion sur les **réseaux sociaux** de la Réclame

Native : articles sponsorisés ou interview



Event IA & XP digitale

IA VS SITES DE MARQUES

L'intelligence artificielle va-t-elle faire désertier les sites de marques ?

razorfish

L'IA annonce-t-elle la fin des sites de marques ?

I.A. Comment réagir, dès aujourd'hui, face à un nouveau risque d'intermédiation des marques.

Par Xuoan D. le 19/10/2024 / edit
Temps de lecture 13 min

Si demain, les IA ont réponse à tout, les internautes se rendront-ils encore sur des sites ? Si votre assistant personnel IA permet d'effectuer l'ensemble des réservations de vos prochaines vacances, irez-vous encore sur des sites ou apps transactionnelles ? Alors que l'IA générative permet à chacun de créer des visuels et vidéos qui matérialisent les fruits de son imagination, comment les marques peuvent-elles émerger avec des contenus distinctifs ? Les marques peuvent-elles lutter contre le courtage d'audience des IA, ou doivent-elles, au contraire, surfer sur ce tsunami ?



Agences, rejoignez Scan Book pour booster votre newbiz !

Abonnez-vous

2 300

pages vues en moyenne par article

Article sponsorisé

- Partage d'étude, d'un livre blanc, d'une expertise, d'une étude de cas, d'une tribune...
- **Médiatisation** prise en compte avec 4 push sur nos réseaux sociaux et un relai dans une newsletter

Interview écrite

- **Questions** envoyées à l'avance
- Rédaction complète par notre rédaction
- **Médiatisation** prise en compte avec 4 push sur nos réseaux sociaux et un relai dans une newsletter

Vidéo sponsorisée

- Format de **3 à 5 minutes**
- Tournage dans vos locaux
- **Médiatisation** prise en compte avec 4 push sur nos réseaux sociaux et un relai dans une newsletter

Insertions newsletters

À ne pas rater



Avec Netflix Spoilers, prenez un temps d'avance sur l'actualité Netflix

Quelle est la différence entre une personne qui anticipe l'actualité Netflix et une autre qui a un train de retard ? **Netflix Spoilers.**

N'ayez crainte. Il n'y aura aucun "spoiler" des séries et films Netflix.

Netflix Spoilers, c'est la newsletter trimestrielle qui vous dévoile les coulisses et l'impact de Netflix en France et dans le monde : interviews exclusives de dirigeants Netflix, focus sur la production française ou les jeunes talents, grandes tendances à venir de l'actualité française de Netflix....

Cette newsletter complète parfaitement [l'agenda mensuel](#) et vous permet de découvrir des pans souvent méconnus de Netflix. [Abonnez-vous gratuitement ici.](#)

Collaboration commerciale avec Netflix

1 insertion newsletter

- Vos **contenus** rédigés par nos soins, intégrés nativement dans nos newsletters
- Diffusion au sein de plusieurs newsletters pour répéter et varier vos messages

45%

de taux
d'ouverture en
moyenne par
newsletter

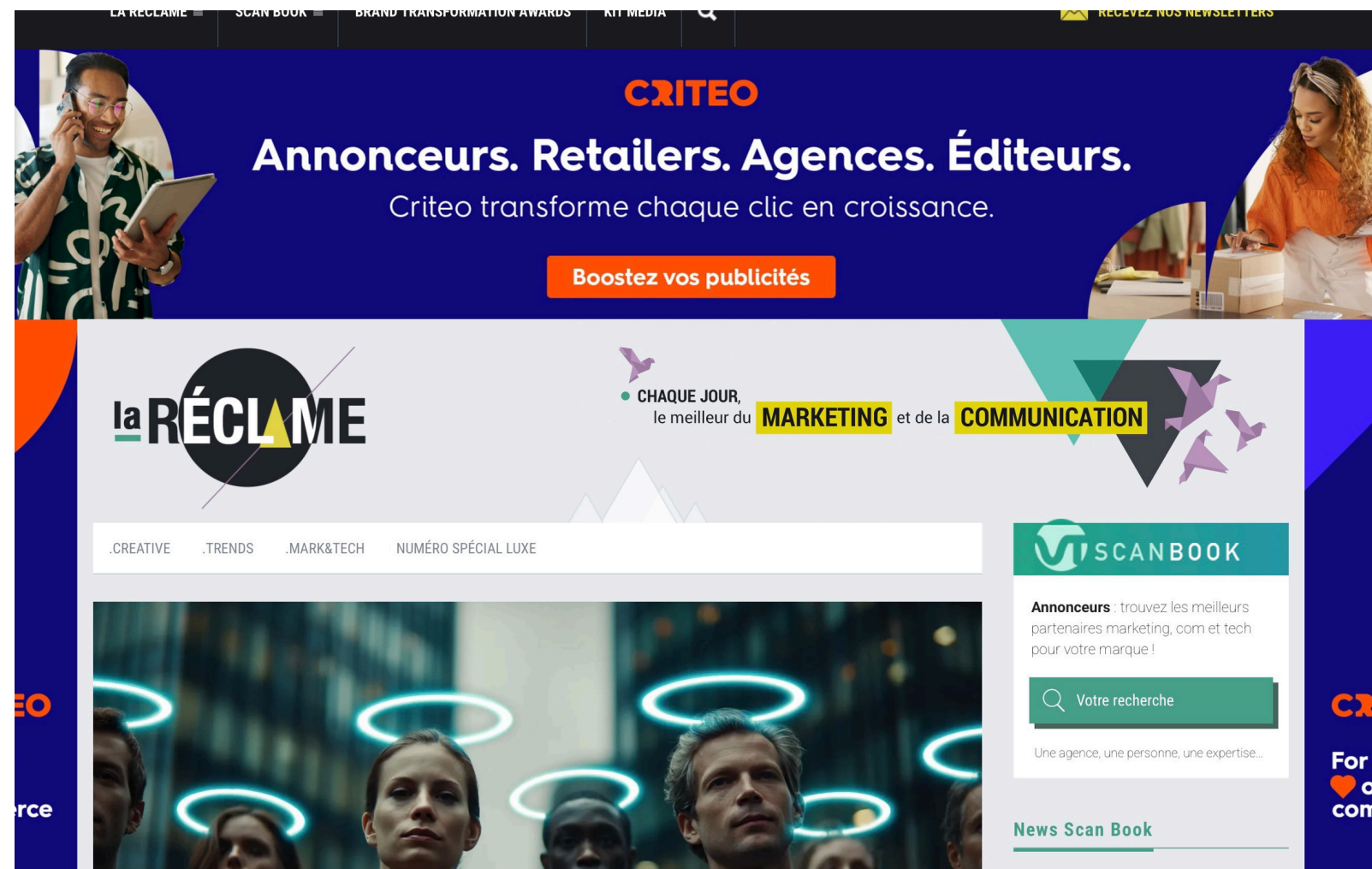




VISIBILITE

Qui nous permet de créer du lead

Habillage du site en exclusivité sur la Réclame



Habillage

- 1 semaine d'habillage sur le site en **exclusivité**
- 1 bannière sur le site
- 1 pavé sur le site

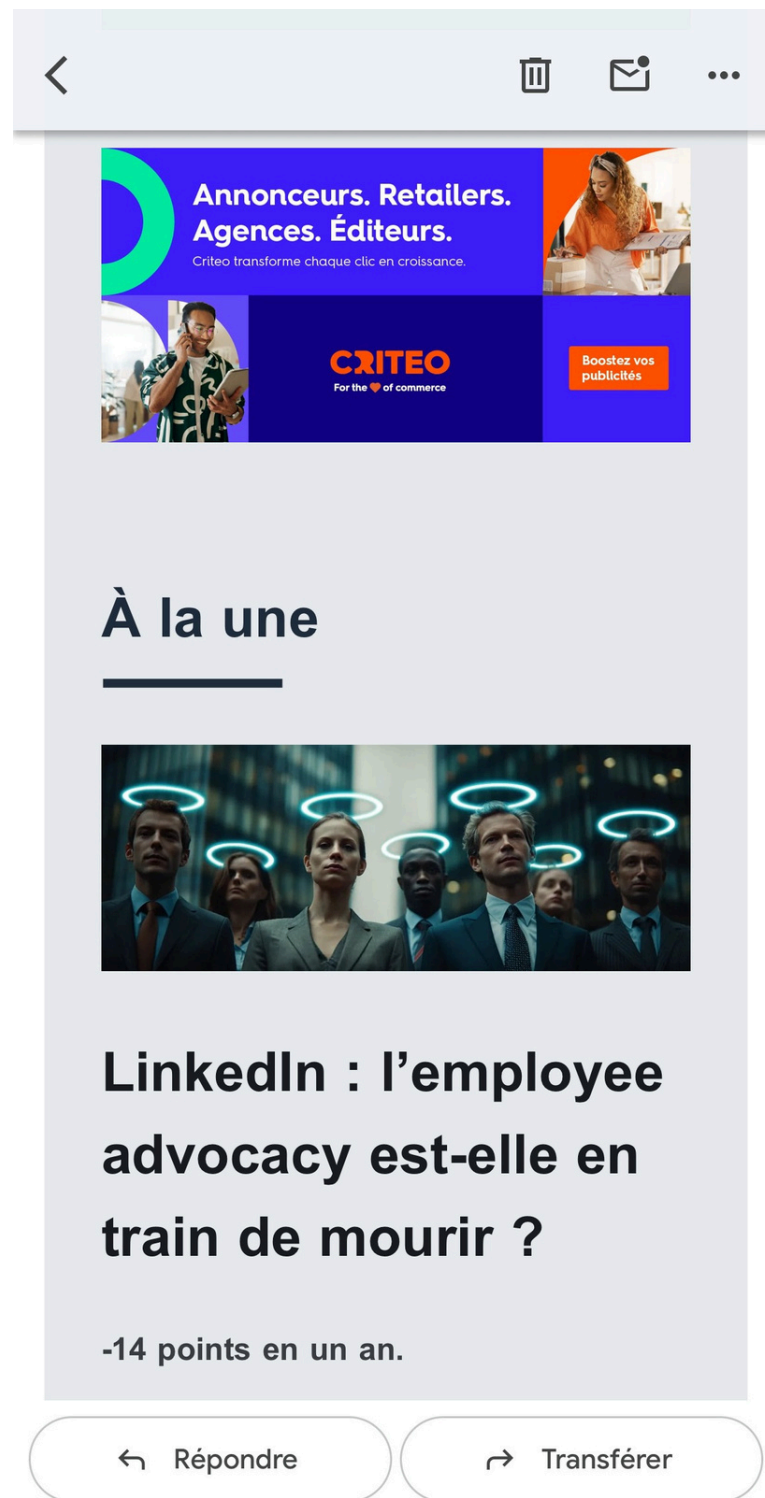
50 000

impressions en
moyenne sur la
semaine

306

clics en
moyenne sur la
semaine

Habillage de nos newsletters en exclusivité



Habillage sur 2 envois ou sur 3 envois

- 1 habillage sur nos newsletters en **exclusivité**
- 1 bannière en 1^{re} position
- 1 bannière en 2^e position



41%

de taux
d'ouverture en
moyenne par
newsletter

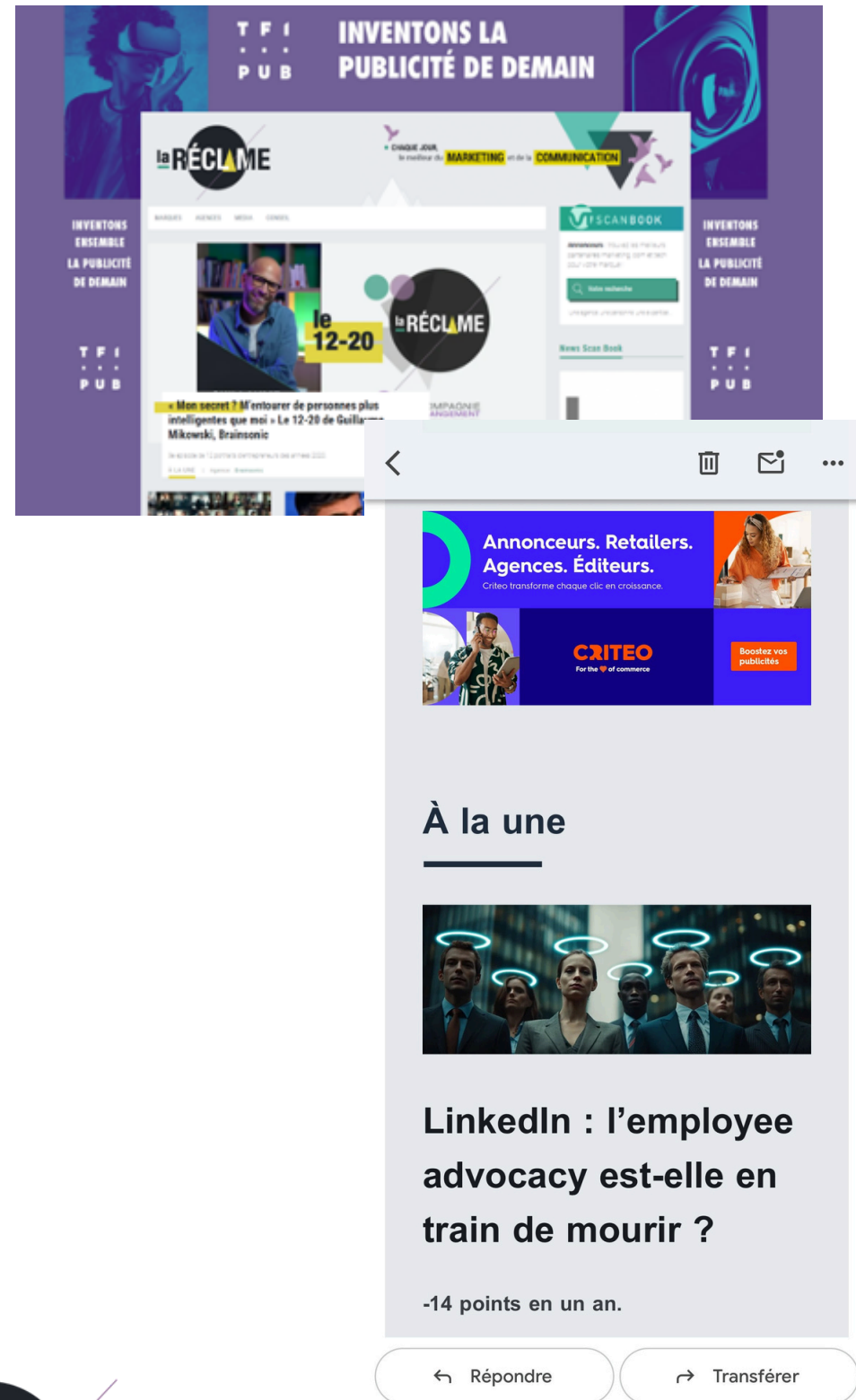
20 000

impressions en
moyenne

250

clics en
moyenne

Habillage du site et de nos newsletters en exclusivité

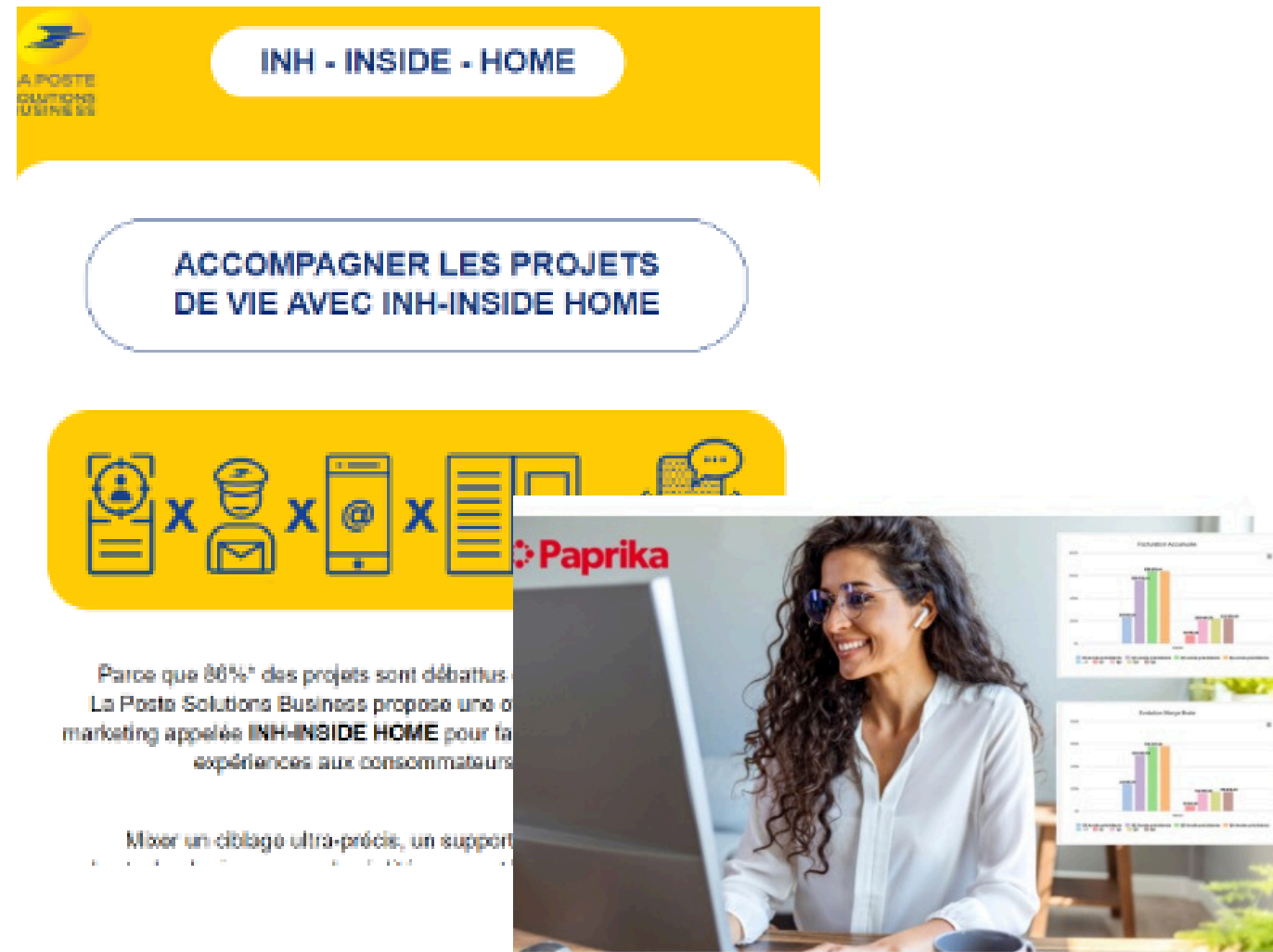


Habillage sur le site et sur 2 newsletters sur 3 newsletters

- 1 semaine d'habillage sur le site en **exclusivité**
- 1 bannière sur le site
- 1 pavé sur le site
- 1 habillage sur nos newsletters en **exclusivité**
- 1 bannière en 1^{re} position
- 1 bannière en 2^e position

Maximisation
de l'impact

Emailings dédiés ou co-brandés la Réclame



INH - INSIDE - HOME

ACCOMPAGNER LES PROJETS DE VIE AVEC INH-INSIDE HOME

Paprika

Parce que 88%* des projets sont débattus...
La Poste Solutions Business propose une expérience aux consommateurs...
Mixer un ciblage ultra-précis, un support...

Facturation, marges, visibilité : où en êtes-vous vraiment ?

...ez-vous que 72 % des agences manquent de visibilité sur la rentabilité de leurs projets (IDC) ?

...ue, en moyenne, seulement 65 % du temps des équipes est facturé ?

Emailing

- Envoi d'un emailing **dédié** ou **co-brandé** à notre base newsletter, annonceurs ou agences
- Prise en compte d'un **second envoi** aux non-ouvreurs

40%

de taux d'ouverture en moyenne par emailing

10%

de taux de clics moyen

Les brèves LinkedIn

la Réclame
57 570 abonnés
2 mois · 🌐

Avec **Exaprint**, découvrez l'art d'emballer ! 📦

Que ce soit pour protéger, expédier ou éblouir, les étiquettes, boîtes et brochures se plient à tous vos besoins chez **Exaprint**.
Des étiquettes holographiques qui brillent sous le sapin ✨, aux emballages 100 % recyclés ♻️, sans oublier les boîtes à fond automatique pour ne pas perdre une seconde.

Cette année, emballez Noël avec style et efficacité avec **Exaprint** ! 🎄

Découvrez la gamme ici : <https://lnkd.in/eWQfMckQ>

En partenariat avec **Exaprint**



Brèves LinkedIn

- Vos **contenus** relayés sur notre compte LinkedIn
- **30%** des abonnés travaillent dans le secteur des médias, communication et marketing

62 000
abonnés

37 000
réactions
chaque année

14%
taux
d'engagement
moyen par post

Les enjeux : une édition spéciale dédiée à votre marque

3 émissions ou 5 émissions

- **Experts et public** averti s'interrogent, prennent position et se confrontent sur un enjeu fort de nos métiers
- **Débat** avec 2 ou 3 professionnels
- Vidéo de **8 à 10 min**
- Organisée et animée par Xuoan Duquesne
- **Diffusion** avec 4 push sur nos réseaux sociaux et une newsletter dédiée



8 000

vues en
moyenne



BRAND TRANSFORMATION AWARDS

ÉDITION 2025

En partenariat avec

france•tv
publicité

Et avec le soutien de

club
DES ANNONCEURS

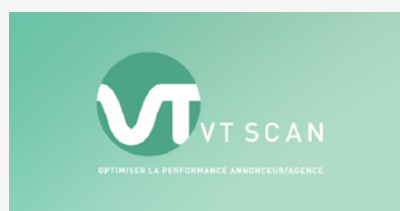
 LA
FILIÈRE
COMMUNICATION



ÉDITION 2025

« Notre vocation est d'accompagner la transformation de l'Industrie du marketing et de la communication, pour renforcer l'écosystème à prendre les bonnes décisions, que ce soit pour repenser ses modèles, ses organisations et ses choix de partenaires agences, avec comme fil rouge la création de valeur. »

Fabrice VALMIER, François FOUASSON
Directeurs Associés



LES ATOUTS DU PRIX



Une innovation
dans le secteur
de la com

Un jury
d'annonceurs
experts

LA CAUTION ET LA
PUISSANCE DE
LA RÉCLAME SUR
LES RS

Une diversité
de catégories

Un dispositif
éditorial annuel
sur la
transformation
des marques

Une première édition qui a célébré
la transformation, l'audace, la créativité
et l'efficacité.



LE JURY DES BRAND TRANSFORMATION AWARDS



AWARD DU GRAND PRIX DE LA TRANSFORMATION



RENAULT LONG TERM

X

PUBLICIS CONSEIL

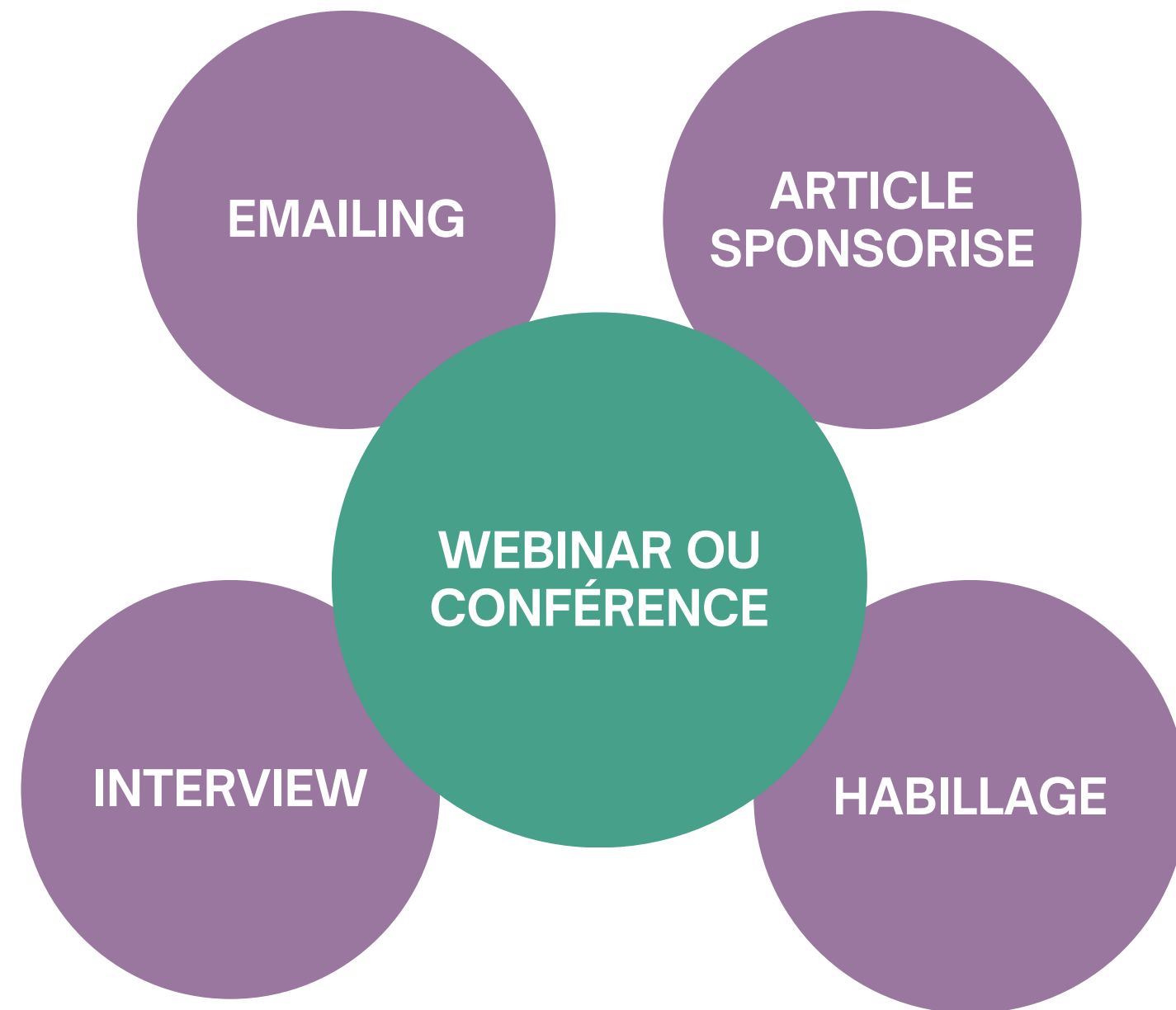




ACTIVATION BUSINESS

Un accompagnement sur plusieurs semaines pour générer des leads

Un dispositif sur plusieurs temps forts autour d'un évènement : l'Activation Business



Activation Business sur plusieurs temps forts

- Présence sur **l'écosystème** de la Réclame pendant **minimum 6 semaines**
- **Offre sur-mesure**

Un dispositif sur plusieurs temps forts autour d'un évènement : l'Activation Business

Temps fort 1

Phase de teasing

- L'article sur la Réclame
- L'envoi d'emailing

Temps fort 2

Générer du lead

- Habillage pour maximiser la visibilité de l'évènement
- Push sur les réseaux sociaux
- Push sur les newsletter

Temps fort 3



Temps fort 4

Convertir

Continuer à parler du sujet abordé lors de l'évènement avec :

- Le replay du webinar
- Une interview
- Des capsules



Merci !

Pour nous contacter :

Agences :

dounia@lareclame.fr

jordan@lareclame.fr

Annonceurs :

julieta@lareclame.fr

+33 6 83 75 24 77

LA RÉCLAME | SCAN BOOK | KIT MÉDIA | 🔍 | [RECEVEZ NOS NEWSLETTERS](#)

la RÉCLAME

CHAQUE JOUR, le meilleur du **MARKETING** et de la **COMMUNICATION**

.CREATIVE | .TRENDS | .MARK&TECH | NUMÉRO SPÉCIAL AUDIO DIGITAL

JE SUIS FRED ET MOI FENG!

BONJOUR!

IA, social media, lifestyle : la Chine préfigure-t-elle notre futur ?

Vous êtes probablement plus Chinois que vous ne le pensez.

À LA UNE

Netfix se rapproche de Google et de The Trade Desk pour son offre programmatique en Europe
ADTECH | il y a 5 heures

Make The Ocean Great Again : Surfrider et Becoming rebaptisent les mers
COUP DE CŒUR | il y a 3 jours

"Tu dors ?" : IKEA s'invite dans les DM des insomniaques pour leur offrir un matelas
MARQUES | il y a 3 jours

SCANBOOK

Annonceurs : trouvez les meilleurs partenaires marketing, com et tech pour votre marque !

🔍 Votre recherche

Une agence, une personne, une expertise...

News Scan Book

L3S GR* S MOT\$

L'agence de la semaine
Agence : L3S GR* S MOT\$

SCAN BOOK sponsorisé

Les Laboratoires Vendôme : un nouveau souffle pour une marque