

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 28 septembre 2026

**FACE AUX ARBITRAGES BUDGÉTAIRES, LE GROUPE ZEPROS
INVITE LES ANNONCEURS B2B À « PASSER EN MODE ZE ;) ».**



Dans un contexte économique complexe où la rationalisation et l'optimisation des budgets marketing deviennent une priorité absolue, le Groupe ZEPROS lance sa nouvelle campagne de marque. Plus qu'une signature, « **PASSEZ EN MODE ZE ;)** » s'impose comme un choix stratégique : concentrer ses investissements auprès d'un partenaire unique capable de renforcer l'impact business de chaque prise de parole.

OPTIMISER LES BUDGETS SANS SACRIFIER L'EFFICACITÉ.

Aujourd'hui, chaque investissement marketing est davantage scruté et doit démontrer son efficacité. Face au besoin d'aller au plus performant, **le Groupe ZEPROS réaffirme son positionnement d'acteur global et de solution business sur-mesure.**

En réunissant sous un même toit **ZE MÉDIA, ZE DATA, ZE EVENT** et **ZE AGENCE**, le groupe permet de limiter la déperdition et d'investir sur les leviers les plus performants.

Cette approche s'appuie sur un écosystème propriétaire qui réunit notamment une base de données de **650 000 contacts professionnels, 600 newsletters spécialisées** par an et une diffusion annuelle de plus de **4,5 millions d'exemplaires**.

LE « ZE » : LA GRAMMAIRE DE LA PERFORMANCE ET DE LA PROXIMITÉ.

Historiquement identifié comme un média leader B2B, **le Groupe ZEPROS passe un cap et structure son offre** autour du préfixe « **ZE** » - véritable fil conducteur et pivot de cette campagne :

- **ZE MÉDIA** : pour toucher les communautés professionnelles à travers des médias B2B experts et affinitaires.
- **ZE DATA** : pour affiner le ciblage grâce à une connaissance qualifiée des professionnels.
- **ZE EVENT** : pour créer des rencontres et des expériences au plus près des communautés métiers.
- **ZE AGENCE** : pour imaginer et déployer des dispositifs de communication et des contenus sur mesure.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 28 septembre 2026

« **PASSEZ EN MODE ZE ;)**, ce n'est pas seulement adopter un mindset dynamique et complice avec les professionnels. C'est permettre aux marques d'activer les leviers les plus directs et les plus pertinents pour soutenir leur développement. »

souligne **Philippe PAULIC**, Président du groupe ZEPROS.

PLUS QU'UN MÉDIA : UN ÉCOSYSTÈME PROPRIÉTAIRE.

Ponctuée par le **clin d'œil** emblématique **;)** - symbole de complicité et de rigueur sans langue de bois - , la campagne reflète la singularité du Groupe ZEPROS : **un groupe exigeant** sur le fond, **accessible** et **direct** sur la forme.

Dans un contexte où chaque investissement doit être plus efficace, le Groupe ZEPROS va au-delà des simples espaces publicitaires, mais une présence au cœur du quotidien et des usages des professionnels. Presse, digital, data, contenus et événements : autant de points de contact pour permettre aux marques de toucher leurs cibles au bon moment, avec le bon message.

Une approche qui résume l'ambition de cette nouvelle campagne :
mieux connaître les Pros pour mieux connecter les marques à leurs marchés.

CEUX QUI SAVENT, SAVENT !

À PROPOS DU GROUPE ZEPROS

Leader de l'information B2B sur les secteurs de l'Automobile, du Bâtiment, de la Restauration et des Collectivités, le **Groupe ZEPROS est bien plus qu'un média** : c'est un écosystème global dédié à la performance des marques auprès des professionnels. À travers la presse, le digital, la data, la création de contenus et l'événementiel, ZEPROS accompagne les entreprises pour faire émerger leurs offres et accélérer leur business.

LE GROUPE ZEPROS EN QUELQUES CHIFFRES :

- 20 ans d'existence.
- 20 journalistes.
- 59 collaborateurs.
- 21 événements organisés par an.
- 78 journaux édités chaque année, pour une diffusion de plus de 4,5 millions d'exemplaires (40 % en digital).
- 9 sites internet : www.zepros.fr, www.auto.zepros.fr, www.bati.zepros.fr, www.habitat.zepros.fr, www.negoce.zepros.fr, www.resto.zepros.fr, www.territorial.zepros.fr, www.boul-pat.zepros.fr, www.artisans-entrepreneurs.zepros.fr.
- 600 newsletters spécialisées par an.
- Une data unique de 650 000 contacts professionnels.
- Une communauté de plus de 120 000 abonnés sur les réseaux sociaux.