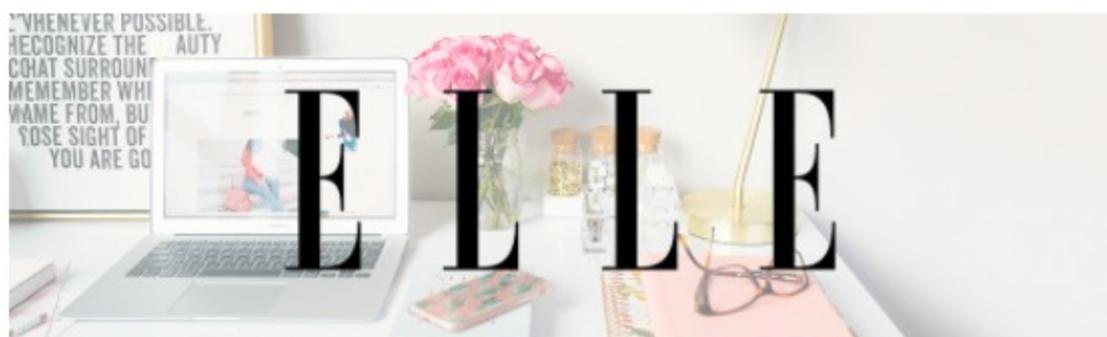


Le 22 Septembre 2020

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

ELLE.fr fait sa rentrée en conjuguant exigence éditoriale et publicitaire



Une nouvelle organisation qui renforce l'exigence éditoriale

La quête d'excellence qui caractérise les équipes de ELLE, a conduit à la mise en place d'une ligne éditoriale cross media (print / digital / social) et à la premiumisation du site avec la création d'une section abonnée payante pour découvrir des contenus exclusifs : longs formats, rencontres, contenus issus du magazine, etc. ELLE.fr est ainsi le premier site féminin à développer le paywall. Dans cette lignée, un pôle « Nouvelles Écritures », dirigé par Lucia Lagarrigue-Aumonier, a été créé pour assoir une expertise digitale forte à travers de nouveaux formats et développer des contenus vidéos / séries premium sur les thématiques mode, beauté, lifestyle et société. Ces changements vont également permettre de développer de futurs projets comme l'intégration de nouveaux formats vidéos et audio pour toujours plus de mode et d'inspirations.

En parallèle de ces avancées éditoriales, la publicité fait peau neuve pour garantir la meilleure expérience sur le site ELLE.fr. Ces avancées publicitaires reposent sur des engagements forts en matière d'exclusivité, de visibilité, de contexte, de formats et de modes d'achat.

- L'exclusivité des emplacements publicitaires de la page (ou visibles à l'écran) est garantie, en gré à gré ou en programmatique, afin de permettre à l'annonceur d'émerger en dehors de toute concurrence.
- Grâce à des technologies comme le lazy loading qui permet de charger la publicité uniquement lorsqu'elle est visible ou les stickys ads qui permettent de figer la publicité quand l'article défile, 80% des emplacements publicitaires atteignent les taux de visibilité définis par l'IAB.
- Bénéficiant déjà du Label Digital Ad Trust Elle.fr s'est également doté de l'outil d'optimisation d'IAS permettant une diffusion des campagnes parfaitement contextualisée grâce à l'intégration des blacklistes (ou whitelists) des annonceurs directement dans l'adserver.
- L'offre est enrichie de nouveaux formats pour plus d'impact (Cover) et d'interactivité (Try It On). Ce dernier format est une exclusivité Elle x Mobkoï.