

Paris, le 10 juillet 2017

MEDIA.figaro LANCE SA SOLUTION DE NATIVE ADVERTISING

MEDIA.figaro, dans sa recherche permanente d'innovation et de qualité, enrichit ses solutions d'une offre de Native Advertising.

Cette nouvelle offre propose aux marques d'investir sur des formats créatifs parfaitement intégrés, en contexte sur les 100 thématiques éditoriales du groupe Figaro CCM Benchmark (32,6 millions de visiteurs uniques*), afin d'adresser et d'engager efficacement leurs cibles.

Grâce au procédé Lazy Loading**, cette nouvelle offre assure également une visibilité garantie sur 350 millions d'impressions par mois et est accessible à travers tous les modes de commercialisation, et notamment en programmation en URL transparentes, sur les environnements desktop et mobiles.

Enfin, dans un objectif de simplification pour nos clients, les spécifications techniques du Native Advertising proposé par MEDIA.figaro sont compatibles avec l'ensemble des standards du marché.

Alexis Marcombe (Directeur Général Délégué MEDIA.figaro), déclare : « Cette nouvelle offre s'inscrit dans notre démarche d'amélioration de l'expérience utilisateur tout en conciliant les exigences de performance de nos clients. »

**source : Crossmedia 2016 - Médiamétrie Global mai 2017.*

***procédé permettant l'affichage des formats uniquement lorsque ces derniers sont considérés comme visibles à l'écran de l'utilisateur.*

MEDIA.figaro est la régie publicitaire du Groupe Figaro – CCM Benchmark. Elle assure la commercialisation de l'ensemble des marques du Groupe en multi écrans (Le Figaro, Le Figaro Magazine, L'Internaute, Le JDN, Le Particulier, Madame Figaro, Le Journal des Femmes, TV Magazine, CCM ...). Puissante, l'offre fédère chaque mois près 80% de la population, 32.6 millions de diginautes* et 12 millions de socationautes. Régie nouvelle génération MEDIA.figaro s'appuie sur les savoirs faire éditoriaux et technologiques du Groupe Figaro – CCM Benchmark afin de proposer aux agences et aux annonceurs une approche globale et innovante en maîtrisant l'ensemble des leviers Paid, Owned, Earned.
*source : Crossmedia 2016 - Médiamétrie Global Mai 2017.

Pour tous renseignements complémentaires :

Geoffrey Fossier – Directeur Marketing Digital - gfossier@media.figaro.fr -