



À L'ÉCOUTE DE SES PARTENAIRES AGENCES ET ANNONCEURS AVEC DE NOUVELLES OFFRES COMMERCIALES

GMC MEDIA, la régie du groupe Marie Claire référente sur la cible féminine avec une audience globale de plus de 10 millions de femmes¹, incarne plus que jamais ses valeurs fondatrices – engagement, influence et sens – en proposant des offres commerciales sur-mesure, conçues pour répondre aux attentes et besoins de ses partenaires agences et annonceurs résolument tournés vers l'avenir.

L'ensemble des marques médias du groupe Marie Claire s'est mobilisé pendant toute la période du confinement pour être au plus près des femmes, les accompagner, les informer et les divertir avec des contenus diversifiants de qualité.

Le groupe et sa régie se veulent acteurs de cette reprise et vont à la rencontre des agences et annonces pour construire ensemble de nouvelles approches.

C'est dans une logique de relation durable fondée sur la confiance et la compréhension de leurs problématiques et sous l'impulsion d'Anouk Kool, Directrice Exécutive de la régie, que GMC MEDIA a su réagir et proposer des offres adaptées à ses partenaires.

Offre « Com For Good », un dispositif qui donne du sens

- GMC MEDIA implique l'ensemble de sa communauté à travers des campagnes *print* et digitales responsables intégrant une dimension RSE. Labelisé et identifié « Com for Good », ce dispositif permet aux partenaires agences et annonceurs de soutenir l'association de leur choix médiatiquement et financièrement.
- Côté *print*, un QR code – activable sur la publicité – renvoie vers une vidéo conçue par les équipes de GMC MEDIA illustrant l'association soutenue par l'annonceur. Sur le digital, l'internaute accède directement à cette vidéo depuis l'interface des sites.
- Grâce à l'implication de son partenaire technologique Boon Today, GMC MEDIA est en mesure de comptabiliser le nombre de vues, converties automatiquement en dons.
- « Com for Good » répond aux nouveaux enjeux sociétaux ainsi qu'à la recherche d'engagement et de sens qui anime partenaires et lecteurs.

¹ Une audience globale de plus de 10 millions de femmes - source : One Global 2018 v3

Offre « Content Commerce », la parfaite synergie entre contenu et e-commerce

- Fort de la caution journalistique de ses marques média, GMC MEDIA offre la possibilité à ses partenaires d'infiltrer avec pertinence l'ensemble de ses contenus édités digitaux, en adéquation avec leurs produits.
- En intégrant des dispositifs « call to action », les internautes ont accès à plus d'informations sur les produits qui les intéressent et peuvent ainsi se les procurer directement sur le site e-commerce de l'annonceur. La caution édito permet de passer habilement de la suggestion à la recommandation produits.
- Grâce à la puissance de sa *datamarket*, la régie peut proposer le bon produit au bon moment en fonction de la navigation et du comportement de l'internaute au sein des plateformes digitales du groupe Marie Claire.
- Pilotée par un chef de projet dédié, cette offre « Content Commerce » s'inscrit dans une véritable stratégie éditoriale construite sur le long terme.

Offre « Drive to Shop », générer une audience captive et ciblée

- En réponse au déconfinement progressif et à certains commerces toujours clos, GMC MEDIA « drive » sa communauté digitale vers les sites e-commerces de ses annonceurs.
- La régie du groupe Marie Claire capitalise sur l'ensemble des articles de son écosystème digital à fort potentiel SEO pour mettre en avant les nouveautés et lancements produits de ses partenaires grâce à la sponsorship. La dimension édito va contextualiser les points forts des produits pour inciter les internautes à en savoir plus et in fine à passer à l'acte d'achat.
- Le dispositif bénéficie de la puissance des marques du groupe sur le digital avec un engagement de trafic généré sur les dossiers et articles clés ainsi que sur le site de l'annonceur.

Offre « Women », l'offre signature de la régie référente sur les femmes

- La promesse de GMC MEDIA sur cette offre signature est claire : exploiter et activer son audience captive de près de 5 millions de femmes dans le but de toucher rapidement un maximum d'individus.
- Trois types d'activations sont envisageables sur cette offre : le social (avec des publications sur Instagram et Facebook), le digital (avec des formats display innovants) et la vidéo (sous forme de pré-roll).
- La véritable valeur ajoutée de cette offre s'appuie sur un contexte éditorial premium : avec un engagement sur les KPI de minimum de 90% (sur la visibilité ou la complétion).

À PROPOS DE GMC MEDIA

Le groupe Marie Claire, 100% indépendant, 100% féminin et 100% français, est présent dans 27 pays et capte une audience de 80 millions de femmes. GMC MEDIA, la régie du groupe Marie Claire touche 13.7 millions de français, dont 10 millions de femmes influentes et 2.7 millions de femmes CSP+. GMC MEDIA, ce sont 10 marques médias print, digital et social : Avantages, Cosmopolitan, Cuisine et Vins de France, Magicmaman, Marie Claire, Marie Claire Enfants, Marie Claire Idées, Marie Claire Maison, Revue du Vin de France et Stylist. GMC MEDIA permet d'engager des audiences féminines puissantes et qualifiées au travers de contenus de qualité et d'expériences fortes. Source : One global v3 2018

CONTACT REGIE : GMC MEDIA

Anouk Kool - akool@gmc.tm.fr • Ali Koné - akone@gmc.tm.fr

Frédérique Johnson - fjohnson@gmc.tm.fr • Anne-Carole de Stoppani - acdestoppani@gmc.tm.fr

CONTACT PRESSE : CHUPA RENIE COMMUNICATION

Chupa Renié - 01 43 18 12 37 - chupa@chuparenie.com • Alice Charrier - alice@chuparenie.com