

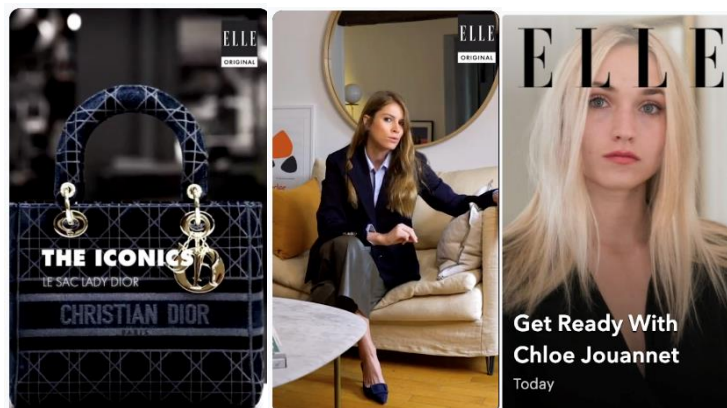
## LE MAGAZINE ICONIQUE *ELLE* ARRIVE SUR DISCOVER

ELLE, le célèbre magazine féminin rejoint Discover, la section média de la plateforme Snap, avec sa propre chaîne, dédiée aux contenus mode, beauté et lifestyle.

Chaque semaine, ELLE proposera aux snapchatteurs de plonger dans son univers via un contenu exclusivement vidéo, « verticalisé » pour coller aux habitudes de consommations des utilisateurs de Snap.

Les snapchatteurs pourront en effet retrouver chaque semaine différents programmes phares qui incarnent toute la richesse de l'univers de la marque média, parmi eux :

- **The Iconics** : un programme qui permet de se plonger ou replonger dans l'histoire d'une pièce incontournable du vestiaire féminin.
- **Ask Monica** : Monica Ainley de la Villardière revisite, pour ELLE, des looks célèbres et nous montre comment se réapproprier ces tendances.
- **Get ready with** : une série qui nous fait découvrir les routines beauté de personnalités issues du monde du cinéma, de la musique, de la mode...



La chaîne permettra aussi de s'évader avec le show « **Repérage** » à la découverte d'un hôtel au cadre et à la décoration d'exception, en France ou ailleurs. Dépaysement garanti.

Autre temps fort de ce nouveau rendez-vous media sur Discover : des reportages "Fashion Week" rythmeront l'année et donneront à voir le travail des designers et ateliers des plus grandes maisons.

ELLE scelle par ce partenariat avec Snapchat sa volonté de s'inscrire dans son époque et ses nouveaux usages. Un atout supplémentaire pour la première marque féminine haut de gamme\* qui va pouvoir toucher une audience composée, des fameuses GenZ et Millenials, mais s'adresser également aux 24 ans et plus qui représentent 60% de l'audience de la plateforme en France.

*\*Médiamétrie*

Depuis sa création il y a quatre ans en France, la plateforme Discover a beaucoup évolué et se révèle plus dynamique que jamais. Aujourd'hui :

- **Elle est plébiscitée par les Français** : ils sont 12M en moyenne à regarder tous les mois des émissions sur Snapchat
- **Elle est en croissance** : le temps passé à regarder des émissions sur Discover a augmenté de 45% entre 2019 et 2020

- **Elle a une audience ultra fidèle** : La moitié des Snapchatters qui viennent sur la plateforme, regardent les shows Discover chaque jour en France;
- D'importants médias français, comme aujourd'hui le magazine ELLE, la rejoignent et des partenaires historiques y développent leur présence.

**Pour Lucia Lagarrigue-Aumonier, Directrice du Pôle Nouvelles Écritures univers ELLE: « Avec la création du Pôle Nouvelles Écritures, CMI Digital confirme sa volonté d'innover en développant d'autres formes de narration pour conquérir une audience toujours plus large. L'arrivée de ELLE sur Discover est l'occasion d'appuyer cette stratégie avec des programmes haut de gamme fidèles à nos valeurs: inspirants, experts et au service des femmes. »**

**Audiences ELLE :**

**1er site Féminin Haut de Gamme**

**- Médiamétrie (décembre 2020) : 10,2 millions de visiteurs uniques**

**- Site centric – AT Internet (janvier 2021) : 29 millions de visites et 137 millions de pages vues**

Voici le snapcode:

