



CMI France
X
INES DE LA FRESSANGE

Communiqué de presse

15 octobre 2019

Dans le cadre de sa dynamique de développement et de la diversification de son expertise autour de nouvelles verticales, portées par des influenceuses, CMI France s'associe à Ines de la Fressange. En effet, les liens étroits avec le magazine ELLE sont vieux de plus de trente ans avec 16 couvertures qui lui ont été consacrées. Le groupe lance un projet global de « marque égérie », la combinaison de l'image, la notoriété d'une influenceuse premium et l'expertise d'un groupe média.

Ce dispositif complet, qui permet de s'adresser à sa communauté « ultra-affinitaire » avec ses centres d'intérêts, inclut une newsletter hebdomadaire, une box, un magazine et des rencontres-événements.

1. LA NEWSLETTER HEBDOMADAIRE « LA LETTRE D'INES »

Chaque jeudi, avec l'esprit et l'humour qu'on lui connaît, Ines de la Fressange envoie à ses abonnées « ses bonnes adresses, ses bons plans, ses souvenirs de vacances, ses astuces et impertinences ! ».

Éditée depuis le mois de juillet par CMI France, la newsletter a ainsi pu bénéficier de la puissance des marques médias et de l'expertise digitale du groupe pour accroître sa notoriété, via un plan de recrutement sur l'ensemble de ses supports.

Avec une progression de +30% sur juillet/août et un taux d'ouverture de 44% cette newsletter rencontre un vrai succès.

Abonnement gratuit via le site dédié :



2. « LA LETTRE D'INES » LE COFFRET

Insatiable dénicheuse de trésors, de petites marques qui seront les grandes de demain, de créateurs et artisans, Ines de la Fressange proposera un abonnement mensuel à une box composée de deux produits-surprises indispensables et soigneusement choisis, envoyés dans un bel écrin... lui-aussi à conserver !

Abonnement à venir sur :



3. LE MAGAZINE

Ines de la Fressange est célébrée dans le monde entier pour son allure inimitable et ses bonnes idées. Dans ce nouveau magazine, reflet de sa philosophie de vie joyeuse et charmante, elle proposera une plongée dans son univers : ses conseils déco ou pour tirer le meilleur parti de son vestiaire, son carnet d'adresses shopping, ses recettes de cuisine, ses coups de cœur culturels ou encore un coup de projecteur sur des artisans et designers de talents...

Les marques et partenaires repérés par Ines de la Fressange, incarnation du chic à la française au regard si influent, y seront parfaitement intégrés.

Parution du #1 : vendredi 6 décembre

Tiré à 125 000 exemplaires, le magazine sera vendu en kiosques en France et à l'export dès le mois de décembre.

Ce lancement bénéficiera d'une mise en avant dans les médias du groupe CMI France, sur les points de vente, d'un affichage et d'une campagne radio.

« Ma lettre, c'est un petit micro posé sur une table autour de laquelle déjeunent deux copines.

Tout est sous le signe de la confiance, de l'humour et de la complicité, la conversation va de thèmes frivoles à des sujets plus profonds mais sans jamais se prendre au sérieux. »

Ines de la Fressange



4. LES RENCONTRES AVEC INES DE LA FRESSANGE

Ines de la Fressange conviera régulièrement sa communauté à des rencontres-ateliers d'une demi-journée. L'occasion d'échanger avec des écrivains, artistes, chefs d'entreprises, femmes et hommes d'engagements, médecins... autour des thématiques qui lui sont chères. Ces conversations, seront animées par des journalistes du groupe CMI France et seront suivies d'ateliers déco, mode, art de la table...

Des moments de partage, dans l'intimité d'Ines.

« Cet écosystème imaginé autour d'Ines, qui incarne l'icône absolue du chic à la française dans le monde entier, est la première étape d'un vaste projet de diversification que nous souhaitons lancer autour de femmes influentes. Il s'inscrit parfaitement dans la mission de notre groupe qui est d'accompagner les femmes dans toutes les étapes de leur vie, grâce à ses contenus, services et événements. »

Claire Léost. Directrice Générale de CMI France

Contact presse : Lucie Dugit-gros

ldugitgros@cmimmedia.fr - 01 87 15 41 48

CMI FRANCE

