



Communiqué de presse

Le Figaroscope choisit Purl comme solution de vente de publicité en direct

(PARIS, 13 Mai 2009) Le site internet du city-guide parisien Le Figaroscope (www.figaroscope.fr) a choisi Purl pour commercialiser des espaces publicitaires dédiés aux annonceurs captifs (restaurants, théâtres, galeries...). Grâce à son mode self-service en marque blanche, Purl permet aux annonceurs de créer directement sur le site du figaroscope leur campagne publicitaire, de payer en ligne puis de suivre leur campagne en temps réel (http://figaroscope.purl.fr/adpurl_figaro).

« Nous cherchions depuis longtemps une solution capable de proposer à la fois une offre publicitaire en self service, mais également suffisamment précise pour permettre à nos annonceurs de cibler leur publicité, par arrondissement et selon leur secteur. C'est ce que Purl nous permet de faire. » précise Anne Pican, Directeur Figaroscope.fr et Tvmag.com du Groupe Figaro.

A qui s'adresse Purl ?

La technologie Purl permet notamment aux sites médias et aux régies internet de vendre directement des emplacements publicitaires en mode self service, et de mieux monétiser leurs pages grâce à un hyper-ciblage publicitaire disponible pour les annonceurs (paramétrage des critères par page, catégorie, tag,...). Grâce à sa plateforme publicitaire en marque blanche, Purl donne ainsi la possibilité aux éditeurs de pouvoir définir leurs formats, le nombre de publicités, le prix qu'ils souhaitent proposer, le mode de vente de leurs emplacements (cpc, cpm, prix fixe, enchères), et les rubriques de leurs sites qu'ils souhaitent vendre aux annonceurs. Les éditeurs gardent un contrôle total de leurs emplacements publicitaires.

A partir d'une interface de création de campagne directement accessible à partir du site éditeur, les annonceurs créent leur campagne en ligne : ils ciblent les catégories du site qui correspondent à leur cible, ils créent leur annonce (texte, bannière,...), ils indiquent la date de diffusion souhaitée et leur budget, ils payent en ligne et suivent leur campagne en temps réel.

Julien Bercy, Directeur General de Purl, ajoute : *« Nous sommes ravis de travailler avec le Groupe Figaro, et de proposer une solution publicitaire très orientée ROI, critère particulièrement recherché actuellement par les annonceurs. »*

Les éditeurs peuvent ainsi attirer une nouvelle catégorie d'annonceurs : ceux de la Longue Traîne, tout en gardant la relation commerciale avec eux. Ces annonceurs sont souvent trop limités dans leur budget pour annoncer directement sur les sites majeurs de leur secteur. Avec Purl, ils peuvent maintenant le faire, quelque soit leur budget.

A propos de Purl

Purl est la technologie en marque blanche leader en France de la publicité en ligne en mode self service. Grace a sa plateforme entièrement paramétrable, Purl aide les sites medias et les régies internet a vendre directement en ligne leurs emplacements publicitaires, tout en leur permettant de monétiser leur contenu de manière hyper-ciblée (par rubrique, par page, par tag,...). Les groupes medias et les professionnels de la publicité en ligne peuvent ainsi attirer les annonceurs de la Longue Trainee, jusqu'à maintenant très difficilement accessibles, en leur proposant une offre publicitaire adaptée a leur problématique.

Pour plus d'informations, rendez vous sur www.purl.fr .

A propos du Groupe Figaro

Avec près de 11 millions de visiteurs uniques, le Groupe Figaro touche plus d'un internaute sur trois à travers ses sites éditoriaux (lefigaro.fr, sport24.com, evene.fr, tvmag.com, jdf.com) et son déploiement numérique autour des services (les sites d'annonces classées d'Adenclassifieds - cadremploi.fr, keljob.fr, explorimmo.fr... - les sites de l'Indicateur Bertrand - residencessecondaire.com, proprietesdefrance.com...- Ticketac.com, Lachainemeteo.com, Meteoconsult.fr et Vodeo.fr) Source : Médiamétrie// NetRatings.

Contact presse :

Purl

Julien Bercy (julien@purl.fr) / Tel : 06 03 55 26 76

Groupe Figaro

Contact Communication/Figaro – Nouveaux Medias :

Veronick Pierode

01 75 55 74 09

vpierode@lefigaro.fr