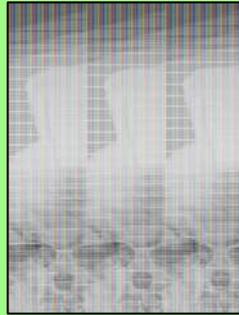


**MEDIA KIT  
ELLE**

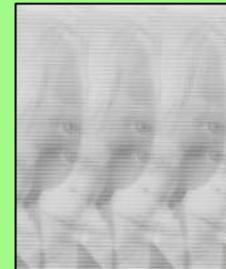
**(2023)  
(MX)**

**ELLE**  
MEXICO

# INDEX



**MARCA** 01 **CARTA DEL EDITOR** 02 **AUDIENCIA** 03  
**PRODUCTOS** 04 **ORIGINALES** 05 **EVENTOS** 06  
**CALENDARIO EDITORIAL** 07 **SPECS** 08 **CONTACTO** 09





**ELLE** es para personas **INDEPENDIENTES, INTELIGENTES** y **ENÉRGICXS** que **AMAN LA MODA, LA BELLEZA Y EL ESTILO DE VIDA.**

**ELLE** señala temas relevantes para todos buscando ser democrática, innovadora, diversa e incluyente.

**ES JOVEN, PERO CON HISTORIA. LLEVA MÁS DE 25 AÑOS MARCANDO TENDENCIA EN MÉXICO.**

**ELLE ES LA REVISTA DE MODA MÁS GRANDE DEL MUNDO,** una marca que busca **INSPIRAR** a explorar y celebrar **EL ESTILO** en diferentes aspectos.

El contenido es **PROVOCATIVO, INCLUYENTE, INNOVADOR Y DIVERSO,** pero también es aspiracional y accesible.





**ELLE** le habla a heavy social media users: **GENERACIÓN Z** y **MILLENNIALS**, sin perder el foco en las generaciones anteriores.

**IMPONEMOS TENDENCIA** y somos **PIONEROS** en lo que hacemos. Somos la marca del segmento que más **CONTENIDO LOCAL Y HECHO A LA MEDIDA PRODUCE (90%)**, para lectores y aliados comerciales.

La calidad de nuestro producto compite a **NIVEL INTERNACIONAL**, con múltiples medallas del **SOCIETY OF PUBLICATION DESIGNERS** y con menciones honoríficas todos los años.



# INSIGHTS DE LIDERAZGO EN EL MERCADO



## ADVERTISING SHARE

**32%**

En medios del segmento

*Fuente: Monitoreo, conteo de páginas publicitarias en revistas del segmento: ELLE, Vogue y Harper's Bazaar*



# CARTA DEL EDITOR



ELLE es uno de los medios líder en moda, belleza y estilo de vida a nivel global, tiene 45 ediciones alrededor del mundo y una de ellas es México.

En nuestro mercado somos punta de lanza en todos los aspectos, desde los temas que tocamos hasta la estética que hemos ido cambiando y adaptando a lo que hoy la gente quiere ver en un medio. ELLE se ha mantenido como una marca fuerte y consistente en nuestro país. Está en el *top of mind* de nuestros lectores porque hemos logrado, durante muchos tiempo ya, hacer más que solo una revista, hacemos un medio multiplataforma que te acompaña en todos los canales de contenido, desde nuestras ediciones impresas y digitales, el sitio, las redes sociales, y el podcast, hasta video de todo tipo.

Hemos evolucionado como un medio que se preocupa por poner los temas de moda, belleza, estilo de vida, cultura pop, diversidad, sustentabilidad y feminismo sobre la mesa, rompiendo estándares en las diferentes disciplinas.

Para nosotros todxs somos parte de este mundo y queremos que te sientas identificadx con nuestro contenido, queremos ser útiles para ti. Queremos representar a más gente cada día dejando muy claro que la moda puede ser para todxs. Queremos acompañarte en tu vida y en tus decisiones, siempre sumando a que seas la mejor versión de ti.

El equipo que hace esta marca está entregado a hacer la diferencia, esperamos lograrlo e inspirarte en cada plataforma.

Con cariño,  
**CLAUDIA CÁNDANO**

# AUDIENCIA PRINT



77%  
23%  
73%  
27%

A/B  
C+  
**MUJERES**  
**HOMBRES**

33%  
21%  
33%  
13%

**MENOS DE 24 AÑOS**  
**25 A 34 AÑOS**  
**35 A 44 AÑOS**  
**45 A 64 AÑOS**

47% se encuentra solterx  
21% tiene estudios  
de posgrado  
33% labora en área  
administrativa y  
dirección general

Lectorxs solterxs y **jóvenxs**, con estudios de posgrado que siguen **tendencias**, son **líderes** y se expresan mediante un **estilo propio**, son lxs primerxs en probar productos nuevos y contar con lo **último en moda, belleza y tecnología**.

# AUDIENCIA PRINT

## PARTICIPACIÓN EN SUSCRIPTORES

43%	CDMX
20%	Resto del País
14%	Edo. de México
4%	Nuevo León
4%	Puebla
6%	Guerrero
9%	Jalisco

## PUNTOS DE VENTA

Sanborns, La Comer, City Market, Fresko, HEB, VIPS (TBD), Starbucks (TBD), Chedraui Selecto, Chedraui A/B, Puestos de periódicos, Aeropuertos

## SEEDING ESTRATÉGICO

Salones Club Premier  
Aeroméxico, Inditex eShop,  
Salones Amex AICM, Salas  
Beyond AICM, Hospital  
Español, Hospital Angeles  
del Pedregal

## LECTORXS

234.000

## TIRAJE

65.000

DISTRIBUCIÓN NACIONAL  
FRECUENCIA MENSUAL

# AUDIENCIA DIGITAL



## MES MÁS ALTO

USUARIOS ÚNICOS

**+1.5M**

SESIONES

**+1.2M**

PÁGINAS VISTAS

**+1.5M**

## PROMEDIO MENSUAL

USUARIOS ÚNICOS

**+710K**

SESIONES

**+897K**

PÁGINAS VISTAS

**+1.1M**

## EDADES

**25%**

**33%**

**18%**

**11%**

**7%**

**4%**

**DE 18 A 24**

**DE 25 A 34**

**DE 35 A 44**

**DE 45 A 54**

**DE 55 A 64**

**65+**

## GÉNERO

**74.07% FEMENINO**

**25.93% MASCULINO**

# AUDIENCIA DIGITAL

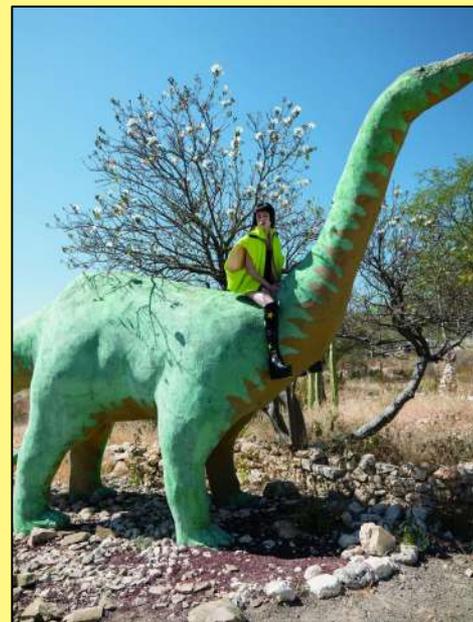


Los principales intereses de nuestra audiencia son:

**60% ENTRETENIMIENTO / 55% COMPRAS / 53% GASTRONOMÍA**  
**49% BELLEZA & WELLNESS / 47% ESTILO DE VIDA**

Intenciones de compra:

**20% ROPA Y ACCESORIOS DE MUJER**  
**12% EDUCACIÓN / 12% SERVICIOS FINANCIEROS**  
**10% EMPLEO**  
**9% VIAJES Y HOTELERÍA**  
**8% HOGAR Y JARDÍN**



# AUDIENCIA EN REDES SOCIALES



**f FACEBOOK**  
**+785K**

**📷 INSTAGRAM**  
**+426K**

**PODCAST LISTENERS**  
**+56K**

**🐦 TWITTER**  
**+601K**

**▶ YOUTUBE**  
**+22K**



# PRODUCTOS

## DIGITAL

Nota digital, Artículo pro, Infografía, Mailing, Display standard, Rich media y Rich media premium, Video  
Redes Sociales  
Branded Content

## PODCAST

Patrocinios e integración de contenido en **Hablemos de Moda: ELLE Podcast**

## EVENTOS:

Paquetes Integrales



## PR

Influencer marketing  
Proyectos a la medida acorde a las necesidades de tu marca

## REVISTA

Páginas tradicionales  
Insertos  
Branded Content  
Creatividades



# ORIGINALES



# HARIEMOS DE MODA

ELLE PODCAST

El primer videopodcast de moda en México con **Claudia Cándano** y **Jordi Linares**, hablando en un tono relajado de los momentos icónicos del mundo de la moda y la cultura pop.

El podcast en formato de video, en ocasiones con invitados, aborda temas coyunturales como la temporada de premios y algunos otros atemporales de la industria de la moda.



# HABLEMOS DE MODA

ELLE PODCAST

TOP CHART GENERAL  
DE APPLE PODCAST

TOP CHART GENERAL  
E SPOTIFY

## DATOS GENERALES

**23K**  
FOLLOWERS

**56K**  
LISTENERS

**597K**  
PLAYS

## AUDIENCIA

**72%**  
MUJERES

**26%**  
HOMBRES

## EDADES

**0-17** 2%

**18-22** 15%

**23-27** 34%

**28-34** 31%

**35-44** 13%

**45-59** 4%

## PROMEDIO MENSUAL

**10,000**  
LISTENERS

**24,000**  
PLAYS

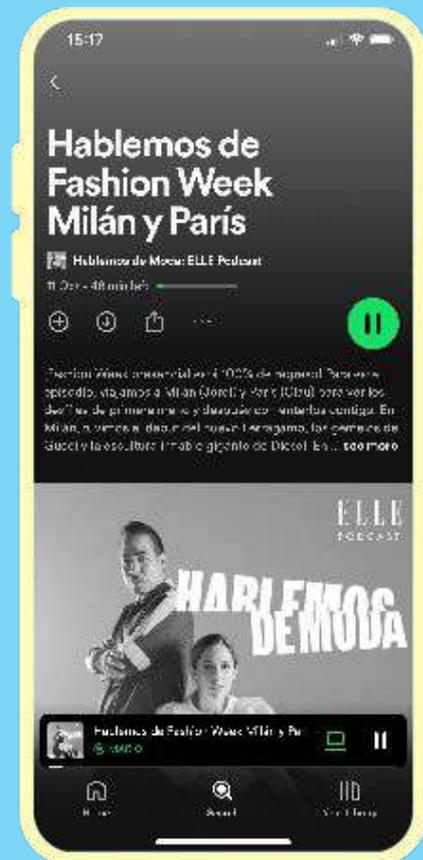
## TOP PAÍSES

MÉXICO - ESTADOS UNIDOS  
- ESPAÑA - ARGENTINA - COLOMBIA

## PROMEDIO POR EPISODIO

**1,300**  
LISTENERS

**2,000**  
PLAYS



# LIVE SESSIONS

## HABLEMOS DE MODA



A través de **SESIONES EN VIVO** de hablemos de moda, nuestros editores **PLATICARÁN SOBRE TENDENCIAS DE MODA EN UN FORO EXCLUSIVO PARA ACERCARSE** más a lxs amantes de la moda y del videopodcast.

Estos happenings serán en diferentes venues, **CON EXPERIENCIAS HECHAS A LA MEDIDA DONDE LA AUDIENCIA** podrá interactuar con marcas de lujo.

Haremos varias sesiones en vivo durante el año.



PREMIOS

# DigitELLE

by ELLE

JULIO

Sabemos que actualmente, el contenido digital dicta tendencias y es la herramienta de influencia más importante que hay y que existen muchos personajes en las diferentes plataformas digitales influyendo principalmente a las audiencias más jóvenes.

ELLE premia a estos líderes digitales que impactan de manera positiva, mueven a la sociedad de **México** y su entorno en distintas categorías, haciendo de ésta una franquicia anual en donde todos los creadores de contenido de valor querrán estar.



# CALENDARIO EDITORIAL

2023

## ENERO (MENTAL HEALTH ISSUE)

- MODA: Marcas de lujo que vinculan moda y mental health.
- ACTUELLE: Role models de mental health en la industria de la moda: Cara Delevingne, Selena Gomez, Lady Gaga, etc.
- AGENDA: Recomendaciones de podcasts y otras cosas que hablen de salud mental
- BELLEZA: Ansiedad a nivel neurociencia.

## FEBRERO (ART ISSUE)

- MODA: Vincular moda y arte.
- BEAUTY: Make up artsy, uñas.
- ACTUELLE: La relación entre moda y arte.
- SHOOT: Cartier recreando los bodegones de El Prado.

## MARZO (MES DE LA MUJER)

- CREADORES: mujeres líderes como Maya Zapata y otras mujeres que luchan por la igualdad
- MODA: Inclusión y género
- TREND REPORT: Tendencias SS2023
- Belleza: Maquillaje para todxs.

## ABRIL (GREEN ISSUE)

- ESPECIAL: Sustentabilidad en todo: moda, belleza, viajes, etc.
- SOCIETY: Movimiento desacreditando el arte como protesta de global warming
- BELLEZA: Report de marcas sustentables.
- VIAJES: Qué hacer para convertirte en un viajero sustentable.

## MAYO (GEN Z)

- CREADORES: New talents, reclutar talentos
- Gen Z: su visión, sus gustos, qué consumen.
- TikTokers
- SOCIETY: Cómo ve la Gen Z la maternidad
- MODA: estética mega Gen Z

## JUNIO (PRIDE)

- PROUD HUMANS
- MODA: historia inclusiva
- My coming out story
- BELLEZA REPORT: cómo en México te guían y acompañan en tu proceso. Saludsexual.
- SOCIETY: referencia peli LGTB Apple TV
- PERSONAJES: shoot de Drags



## JULIO (SUMMER ISSUE TAKEOVER)

- MODA: mucho verano
- BELLEZA: productos padres

## AGOSTO (ELLE COLEGIO)

- SOCIETY: me traumó salir de prepa.
- Accesorios.
- Básicos de moda.
- Back to school.
- Denim.
- Cuidados de la piel
- MODA: Shoots relacionados entre ellos sobre el regreso a clases

## SEPTIEMBRE (MÉXICO)

- Talento local
- MODA: diseñadores mexicanos
- ESPECIAL: accesorios y relojes

## OCTUBRE (FESTIVELLE)

- CREADORES: Mujeres en la música
- MODA: dressed to perform, looks que usaría una girl band en el escenario
- MODA: íconos musicales y como su look los consolidó

## NOVIEMBRE (BODA)

- Trash the dress
- Looks de belleza para boda (novia e invitadx)
- Nail Art
- Bodas de destino
- Bodas sustentables
- MODA: Noche de bodas, lencería



## DICIEMBRE (HOLIDAYS)

- El perfume favorito de distintos personajes
- Make up artist y sus productos favoritos
- Secret Santa
- MODA: The happiest season con looks de holiday cool.
- SHOPPING: Guía de regalos locales

# CALENDARIO DIGITAL

2023

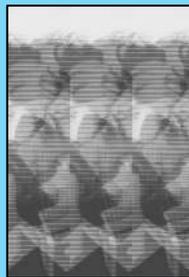


**ENERO** (MENTAL HEALTH)  
**FEBRERO** (ART ISSUE/ TEMPORADA DE PREMIOS)  
**MARZO** (MES DE LA MUJER)  
**ABRIL** (GREEN ISSUE)  
**MAYO** (GEN Z/MOMS)  
**JUNIO** (PRIDE)

**JULIO** (SUMMER)  
**AGOSTO** (ELLE COLEGIO)  
**SEPTIEMBRE** (TALENTO LOCAL)  
**OCTUBRE** (MÚSICA/HALLOWEEN)  
**NOVIEMBRE** (BRIDAL)  
**DICIEMBRE** (HOLLIDAYS)

# SPECS

## PRINT



### (DOBLE PÁG)

 CORTE. 42 X 27.5 CM

 REBASE. 43 X 28.5 CM

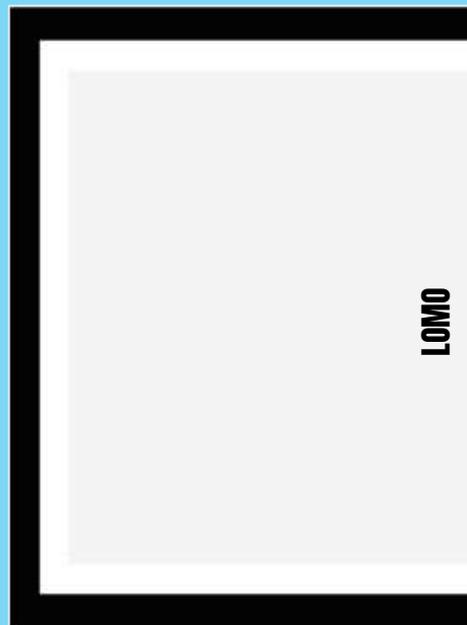
 CAJA. 41.0 X 26.5 CM

### (PÁG SENCILLA)

 CORTE. 21 X 27.5 CM

 REBASE. 22 X 28.5 CM

 CAJA. 42 X 26.5 CM

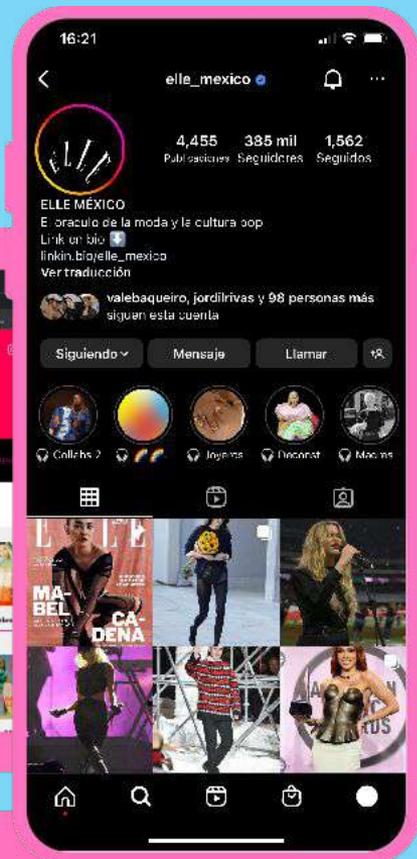
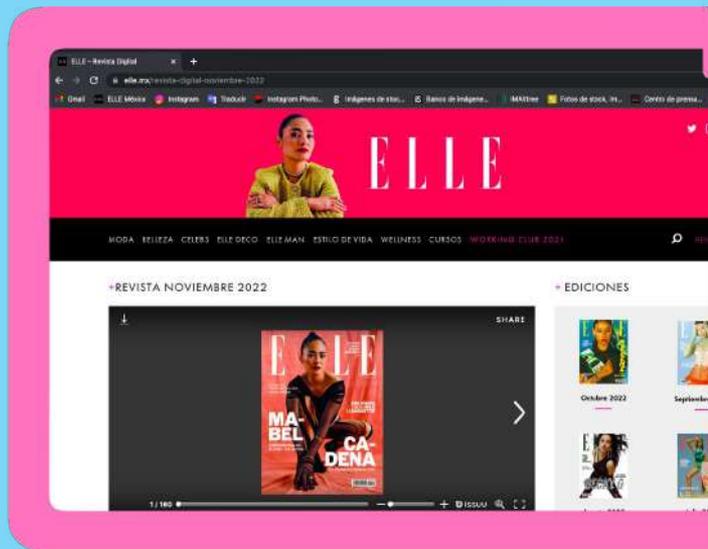


# SPECS

## DIGITAL

CONTENT  
DISPLAY ADS  
ACCIONES ESPECIALES  
REDES SOCIALES  
PROGRAMMATIC

[ad catalog: https://adcatalog.grupoexpansion.com/T](https://adcatalog.grupoexpansion.com/T)



# CONTACTO

## ALEJANDRO MANRIQUE

**AMANRIQUE@GRUPOEXPANSION.COM  
(DIRECTOR COMERCIAL)**

## KARLA TURBAN

**KTURBAN@GRUPOEXPANSION.COM  
(HEAD DE EVENTOS)**

## CORREO DE VENTAS

**PUBLISHING@GRUPOEXPANSION.COM**

**(PARA CONOCER TODOS LOS MEDIA KITS DE GRUPO EXPANSIÓN  
INGRESA A [HTTPS://GRUPOEXPANSION.COM/ MEDIA-KITS/](https://grupoexpansion.com/media-kits/))**