



SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES ADVERTISER CONTENT

APPROCHE ÉDITORIALE

Par sa forme, son emplacement et son contenu, le format Advertiser content ressemble et s'intègre fortement aux contenus éditoriaux du support qui le diffuse.



CE QUE VOUS DEVEZ RESPECTER

1 Définir l'objectif

Le contenu doit répondre à un objectif précis : notoriété, considération, préférence, loyauté, plaidoyer, mais aussi proposer une action précise à réaliser (s'inscrire à une newsletter, télécharger une app, un livre blanc, etc.).

2 Respectez le contrat de lecture

Pour profiter de l'image de la marque média, adaptez les codes graphiques et le style rédactionnel du support afin de rendre votre prise de parole caméléon.

3 Développez une stratégie à long terme

Comme toute stratégie de branding, le Native Advertising nécessite de travailler sur la longueur avec de multiples touchpoints et des histoires diversifiées. Créez une saga captivante.

4 Créez un contenu efficace

Multipliez les formats (interviews, infographies, témoignages, vidéos, etc.) afin de créer une expérience de lecture enrichissante.

5 Proposez un bon titre

Le titre doit interpeller et inciter le lecteur à lire la suite. Il doit être une promesse que le contenu devra développer. Il doit répondre à une question générique que tout à chacun peut se poser. Vous êtes la solution !

6 Osez un visuel impactant

Le visuel doit contribuer à l'histoire que l'on souhaite raconter. Un visuel de qualité vaut 1.000 mots !



CE QUE VOUS DEVEZ ÉVITER

1 Publier une publicité classique

Évitez de mettre en avant votre publicité classique print ou display pour développer votre prise de parole.

2 Utiliser un communiqué de presse

Résistez à la tentation de mettre le nom de votre entreprise partout. Évitez tout contenu commercial. N'utilisez pas le « Je » ou « Nous », le contenu doit rester neutre et ne pas être la voix de l'entreprise.

3 Croire que c'est un « One Shot »

Ne vous concentrez pas uniquement sur des événements ponctuels (anniversaire, déménagement, changement de gouvernance, rachat d'une entreprise, etc.) mais sur des sujets plus larges et surtout différenciants.

4 Les fausses promesses

Le Native advertising se doit d'être utile, honnête et transparent.

5 L'improvisation

Votre stratégie de contenu nécessite du temps de réflexion et de la production. Elle requiert une définition précise des objectifs et un véritable suivi interne.

6 L'inefficace

Évitez de poser des questions dans le titre. N'écrivez pas que sur votre création production ou services mais ce que ces derniers peuvent apporter au sens large. Diversifier les sujets et les angles afin d'éviter la lassitude du lecteur et optimiser votre référencement.



SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES ADVERTISER CONTENT

SPÉCIFICATIONS - PRINT

	1/1 PAGE	1/1+1/1 PAGE
LUXEMBURGER WORT	4.500 signes + 3/5 photos 200 dpi	sur demande
CONTACTO	4.000 signes + 2/3 photos 200 dpi	6.000 signes + 4/5 photos 200 dpi
AUTOMOTO	2.500 signes + 2/3 photos 300 dpi	4.500 signes + 4/5 photos 300 dpi
D'HANDWIERK	2.750 signes + 2/3 photos 300 dpi	4.000 signes + 4/5 photos 300 dpi
HEALTH BELLS	2.500 signes + 2/3 photos 300 dpi	3.500 signes + 4/5 photos 300 dpi
LUXEMBOURG TIMES MAGAZINE	2.500 signes + 2/3 photos 300 dpi	sur demande
MERKUR	2.500 signes + 2/3 photos 300 dpi	sur demande
MOBILITY LIFE	2.500 signes + 2/3 photos 300 dpi	sur demande
TÉLÉCRAN	2.500 signes + 2/3 photos 300 dpi	4.500 signes + 4/5 photos 300 dpi
TENDANCES	3.200 signes + 3/5 photos 300 dpi	sur demande
YOUR LUXEMBOURG MAGAZINE	2.500 signes + 2/3 photos 300 dpi	sur demande

Logo + coordonnées (en bas de page) + Mention Advertiser content

SPÉCIFICATIONS - DIGITAL

TEXTE/CARACTÈRES/PHOTOS

TEASER/ARTICLE

Photo : minimum 1.600 px de largeur (ratio de l'image : 5:3)

Titre : 60 caractères espaces compris

Chapeau dans le teaser : 160 caractères espaces compris

ARTICLE

Photo principale : minimum 1.600 px de largeur (ratio de l'image : 5:3), poids maximum 10 MB

Chapeau : 300 caractères maximum espaces compris

Article : recommandation de 5.000 signes maximum

Intégrer impérativement des éléments interactifs pour rendre la lecture plus variée : photos, diaporama, incrustation de post sociaux, vidéo, infographie,...)

Possibilité d'intégrer un sondage en natif directement au coeur du contenu pour récolter des datas

Possibilité d'intégrer des graphiques en natif si les données nous sont fournies

LOGOS

Pas de logo en homepage.

LIENS

Nombre de liens à votre convenance

MODALITÉS DE PUBLICATION

- Fournir une ébauche de layout (word, pdf) pour faire coïncider au mieux vos souhaits dans le respect de la charte graphique de Wort.lu/Virgule.lu/Contacto.lu/Luxtimes.lu.
- Relecture par la rédaction Advertorial et transmission d'un lien « preview » pour bon à tirer.
- Corrections possibles (ordre photos...) avec un maximum de 3 modifications (au-delà, frais à raison de 90€/heure)

DÉLAIS ET TRANSMISSION

Les textes et photos « prêts à publier » sont à adresser à online@regie.lu au plus tard 4 jours ouvrables précédant la diffusion (mise en ligne le lundi à 8h00)

THINGLINK

Format		Fichier		Résolution	Poids maximum	Device
Thinglink	Contenu	Image	JPEG, PNG, GIF	12000 x 12000 px max.	7 MB	All
	Boutons	Image	JPEG, PNG, GIF	12000 x 12000 px max.	5 MB	
		Vidéo	MP4	1920 x 1080 / 640 x 360	10 MB	
		Bouton	Texte + URL	/	/	
		Texte	100 signes max.	/	/	
		Landing Page	URL	/	/	