

## Traduction anglaise

Le monde selon Elle

Le magazine féminin fête ses 60' ans et une mondialisation réussie. Avec les félicitations de son propriétaire Hachette Filipacchi Médias. C'est le joyau du groupe. Sans Elle, Hachette Filipacchi Médias -2,2 milliards d'euros de chiffre d'affaire-, filiale de Lagardère, serait-il vraiment le premier éditeur de presse magazine au monde ? Pas sûr. Les séduisants mannequins à la une du titre féminin, les titres espiègles et les stars glamour cachent une redoutable multinationale, sans équivalent dans la presse. Le magazine, qui fête le 21 novembre ses 60 ans, se décline aujourd'hui en 38 éditions et emploie 1300 personnes. Il rapporte au propriétaire de Paris Match un cinquième de son chiffre d'affaires, soit quelque 440 millions d'euros annuels. Elle est le magazine le plus décliné au monde, juste après Cosmopolitan, mais qui n'a rien à voir avec la personnalité monolithique de Elle. Ce monument est né à l'international presque par hasard. En 1983, pour accompagner une exposition sur les produits français dans les grands magasins de la chaîne Bloomingdale's aux EU, Hachette propose au public plusieurs milliers d'exemplaires du Elle français traduit en anglais. Ils disparaissent en quelques heures. « Cela a fait tilt, raconte le directeur général adjoint JP Denfert-Rochereau. Nous nous sommes dit que ce magazine avait peut-être un sens pour des lectrices autres que françaises. » Aujourd'hui Elle quadrille le monde avec une organisation qui relève plus du rouleau compresseur que de la fantaisie féminine. Paris a la haute main sur la nomination de la rédactrice en chef, de la directrice mode et de la directrice artistique de toutes les éditions. [...] L'enjeu d'une discipline sans faille? « Une parfaite cohérence du discours publicitaire auprès des grands annonceurs », explique JP Denfert-Rochereau. Hachette a compris très tôt que les L'Oréal ou Lancôme tenaient à promouvoir leur marque dans un environnement aussi chic en Afrique du Sud qu'en Corée. Avec 50 000 pages de publicité vendues chaque année, Elle est de loin leur magazine préféré. Eux qui investissent, du coup, les yeux fermés dans les nouvelles éditions, limitent d'autant les risques liés au lancement.

Marc Baudriller

Challenges du 17 au 23 novembre 05