



## LE GROUPE MARIE CLAIRE BOUSCULE LE MARCHÉ DE LA PRESSE PARENTALE

**Paris, le 18 janvier 2018 – Dans une dynamique constante d'innovation, le groupe Marie Claire réinvente son bimestriel parental en pariant sur le modèle gratuit. Le groupe entend prouver que la presse peut se transformer en allant à la rencontre de nouveaux lecteurs et en repensant son business model.**

### DISRUPTION SUR LE MARCHÉ DU PARENTAL

Il y a un an, le groupe Marie Claire fusionnait ses titres Famili et Magicmaman pour donner naissance à une marque media unique : Magicmaman. Puissante et affinitaire, la marque aux déclinaisons *print*, *desktop* et *mobile* est leader de l'univers parental avec près de 4 millions de lecteurs *cross media* par mois<sup>1</sup> et plus de 1,5 million d'abonnés engagés sur les réseaux sociaux.

Après avoir lancé avec succès le magazine *Stylist*, le groupe Marie Claire s'engage une nouvelle fois sur le modèle gratuit afin d'adresser la cible qui l'intéresse. En mars 2018, le premier féminin des jeunes mamans accélèrera son développement en proposant aux *digital mums* - cible composée majoritairement d'*early adopters* - un nouveau produit en adéquation avec leurs attentes et en offrant aux annonceurs un accès privilégié à une cible devenue difficile à atteindre.

Disponibles le premier mercredi du mois à partir du 14 mars, six numéros gratuits renforceront la présence de la marque auprès des jeunes mamans et permettront de conquérir de nouvelles lectrices.

Le groupe maintient en kiosque la diffusion d'un trimestriel proposé au prix de 3,90 euros. Baptisé « *Collections Magicmaman* », il abordera des thématiques phares inspirées des attentes exprimées sur le digital : l'équipement, la grossesse, la première année, 0-5 ans...

### GRATUIT ET PREMIUM

Cette nouvelle version du magazine bousculera les codes de la presse parentale en affirmant une identité visuelle modernisée ainsi que la création de nouvelles rubriques sur la consommation.

Soucieux de maintenir un niveau de qualité élevé, le magazine adoptera un nouveau format tablette (20\*25m), comportera le même nombre de pages et un papier de qualité égale à la version payante antérieure.

Informatif, complice, bienveillant, innovant, pratique et ludique, le contenu du magazine sera produit par la rédaction du titre qui reste inchangée et l'équipe d'experts qui l'entoure.

---

<sup>1</sup> Source : ACPM ONE GLOBAL 2017 V4

## DISTRIBUTION SÉLECTIVE ET CIBLÉE

La gratuité de Magicmaman et son réseau de distribution permettront d'adresser directement les lieux de consommation des futurs et jeunes parents et d'atteindre de nouvelles lectrices. Au global, Magicmaman sera diffusé à 150 000 exemplaires dans plus de 1 200 points de distribution à travers la France. La distribution, certifiée ACPM-OJD, sera assurée sur des points fréquemment visités par les mamans enceintes ou ayant de jeunes enfants : cabinets de gynécologues/obstétriciens, maternités, crèches, pédiatres, spas spécialisés post-grossesse.

Magicmaman sera également largement disponible grâce à l'appui de partenaires puissants en contact avec la cible, comme les magasins Aubert ou encore les box de naissance Amazon.

Ce réseau sera optimisé en permanence en fonction des retours terrain et complété par une mise à disposition du titre en format digital pour les lecteurs souhaitant y accéder. Ce dispositif permettra d'augmenter de plus de 50% la diffusion actuelle du titre.

*« Nous avons pensé cette nouvelle formule et son mode de distribution pour nous permettre d'aller au contact de mamans de plus en plus connectées, qui achètent des magazines de manière plus occasionnelle et cherchent des informations de fond : notre magazine gardera une présence en kiosque avec un produit haut de gamme et présentant des dossiers fouillés. Notre nouveau produit gratuit, remis dans des points stratégiques et scrupuleusement sélectionnés nous permettra d'aller conquérir de nouvelles lectrices, et d'offrir ainsi un dispositif publicitaire plus puissant et qualitatif aux marques »*  
**précise Amalric Poncet, Président de Magicmaman et Directeur Général délégué du groupe Marie Claire.**

*« Grâce au gratuit nous allons apporter de nouvelles solutions de communication auprès de la cible si recherchée des mamans : des opérations de street marketing, du ciblage géolocalisé, des opérations en couverture, une data et de l'expérientiel. En allant à la rencontre des mamans, nous saurons capter au mieux cette audience et l'engager dans nos opérations publicitaires. Grâce à la puissance de l'écosystème de Magicmaman et à une diffusion presse plus importante et qualifiée, nous amplifierons fortement les opérations publicitaires proposées aux marques. GMC Media possède l'expertise du modèle publicitaire Stylist spécifique au gratuit sur lequel nous comptons capitaliser pour le déployer sur Magicmaman ! »*  
**ajoute Elodie Bretaudeau-Fontailles, Directrice Exécutive de GMC Media.**

### MAGICMAMAN EN QUELQUES CHIFFRES

Brand Magicmaman, première marque parentale avec près de 4 millions d'individus chaque mois (source ACPM ONE GLOBAL 2017 v4)

### À PROPOS DU GROUPE MARIE CLAIRE

Le groupe Marie Claire, c'est aujourd'hui 9,5 millions de femmes influentes exposées au travers de 12 magazines, 17 sites, des études thématiques et des événements dédiés. Le groupe est également puissant à l'international et rassemble une audience de 76 millions de femmes dans 30 pays, à travers ses éditions, ses extensions de marque, ses sites et ses applications numériques.