

COSMOPOLITAN

évolue et s'enrichit pour répondre
aux nouvelles aspirations des trentenaires

Paris, le 2 septembre - Leader de la presse féminine trentenaire avec une audience globale de plus de 4.3 millions d'individus¹, **Cosmopolitan réaffirme son ADN avec une nouvelle formule** et tient sa promesse : accompagner les femmes trentenaires dans leurs nouvelles aspirations et nouveaux usages.

Les équipes de Cosmopolitan - *guidées par leur éditrice Elisabeth Leurquin* - engagent un plan d'action 360° autour :

- d'un **nouveau magazine** ancré dans son époque en kiosque le 4 septembre
- d'une **expérience digitale enrichie** par de nouveaux formats
- de **nouvelles propositions sur Snapchat Discover**

UN NOUVEAU MAGAZINE ANCRÉ DANS SON ÉPOQUE

Sous l'égide de Marie La Fonta, rédactrice en chef, le nouveau Cosmopolitan se réinvente tout en conservant ses fondamentaux avec un numéro qui paraît le 4 septembre.

Dans sa nouvelle exécution, la direction artistique – *initiée par Isabel Alves**, récemment nommée au poste de *Directrice Artistique* – s'appuie sur des parti-pris graphiques épurés, structurés, rythmés et énergisants. La couverture devient plus haut de gamme et plus claire ; les nouvelles typographies jouent avec les contrastes.

Cosmopolitan propose un nouveau contrat de lecture plus fluide avec de nouvelles entrées impactantes qui permettent de réorganiser le contenu. La rédaction traite plus d'engagement pour la planète, plus d'*empowerment* au féminin, plus de proximité, d'échanges et de plaisir, et renforce les sections mode, beauté et tendances.

Une dizaine de nouveaux rendez-vous sont créés et d'autres sont repensés en phase avec la société et ses mutations : AGIR, COSMÉTIQUE, #COSMOCHALLENGE, TCHIN TCHIN, NOUVEAU CAP, ARGHH, DE RETOUR, COSMOSPIRIT, BASKETS...

UNE EXPÉRIENCE DIGITALE ENRICHIE PAR DE NOUVEAUX FORMATS

En avril dernier, la plateforme digitale adoptait un nouveau design pop, acidulé et subversif – *développé*

COSMOPOLITAN
SEPTEMBRE 2019 2,20 €

12
NOUVELLES
RUBRIQUES
+ D'ENGAGEMENT
AUTANT
D'HUMOUR
= VOTRE
NOUVEAU
COSMO

SEXE
Écolo jusque
dans mon lit

ACTION
Dans 3 mois,
je ne suis
plus célib

CHEVEUX
Les meilleurs soins
et les gestes
pour les sublimer

COUPLE
Pourquoi
vous ne vous
disputerez
plus jamais

VÉCU
J'ai été
cyberharcelée

SPÉCIAL MODE
Glam, street chic,
aventurière...

40
PAGES POUR
TROUVER
SON STYLE

5 CRÉATRICES
ENGAGÉES

**L'ÉNERGIE
EST
EN MOI**

De l'empathie, des talents
et des convictions, j'en ai...
Comment faire pour que ça dure?

M01418 - SEP - F. 2,20 € - R10

www.cosmopolitan.fr

en parallèle sur le Social Media – afin d'améliorer l'expérience utilisateur et de proposer de nouveaux formats.

Sur cette dynamique, la marque média accélère l'innovation pour répondre aux nouveaux usages de sa cible en s'appuyant sur :

- le **podcast** grâce à un partenariat scellé avec *La Leçon ou l'art d'échouer*, un programme audio à succès incarné par Pauline Grisoni
- le **format vidéo** pour cultiver l'intime et l'*entertainment* notamment sur Instagram et son espace dédié IGTV, où le féminin possède une réelle puissance et un taux d'engagement en constante croissance.

Avec sa nouvelle formule, Cosmopolitan poursuit sa stratégie bi-média en misant sur une complémentarité des supports. De nouveaux rendez-vous *print* sont déclinés sur les canaux digitaux : AGIR, COSMOSPIRIT et d'autres à venir.

DE NOUVELLES PROPOSITIONS SUR SNAPCHAT DISCOVER

Après trois années passées au sein de la rubrique de choix Snapchat Discover, Cosmopolitan s'adresse aujourd'hui à **plus de 2 millions d'abonnés**² convaincus par le parfait mix and match entre les piliers éditoriaux de la marque : mode, beauté et lifestyle.

Prochainement, Cosmopolitan lancera – sous l'impulsion de Séverine Peraud, Web éditrice et de Guillemette Dero, Responsable éditoriale – avec son équipe dédiée composée d'une quinzaine de talents, créateurs d'idées neuves, **son premier SHOW**. La rédaction s'infiltré dans l'intimité d'une personnalité et propose une expérience narrative inédite.

La marque média entend ainsi poursuivre la conversation avec sa communauté et renforcer le temps passé par les utilisateurs sur ses éditions quotidiennes – un KPI majeur et révélateur de l'adhésion de la cible aux contenus.

Pour susciter encore plus l'interaction, les lectrices profiteront de nouveaux dispositifs *snappable* – *extensions print to digital complémentaires et affinitaires* – des formats originaux plébiscités par les annonceurs comme Nina Ricci en couverture de ce nouveau numéro.

Isabel Alves

*Isabel Alves a précédemment occupé le poste de Directrice Artistique adjointe du magazine Cosmopolitan depuis 2009. Forte de son expertise dans le secteur de la presse et de son travail de longue date pour le titre Cosmopolitan, elle est désormais nommée Directrice Artistique du féminin.

À PROPOS DE COSMOPOLITAN

COSMOPOLITAN est une marque de référence à travers le monde avec ses 34 éditions présentes dans 54 pays, 37 sites internet et puis de 18 millions de followers sur les réseaux sociaux. Leader de la presse trentenaire en France avec 1 481 000 lectrices (ACPM – ONE 2017) et en diffusion avec 270 423 exemplaires (DFP, PV 2018). En France, la Brand Cosmo touche 4.3 millions de personnes tous les mois, tous devices confondus (ACPM – ONE Global 2018 v3).

SOURCES

¹ ACPM - ONE Global 2018 v3

² Snapchat