

marie claire

LE SUCCÈS DE SON NOUVEAU VISAGE

Quelques mois après la sortie de sa nouvelle formule, Marie Claire – dont l’audience globale culmine à plus de 9 millions de personnes à travers l’ensemble de son écosystème* – confirme ses bonnes performances et progresse en parts de marché. Retour sur la dynamique de ce succès 360.

UNE DYNAMIQUE PORTÉE PAR UNE AMBITION FORTE

En juillet dernier, Marie Claire dévoilait sa nouvelle mouture qui s’inscrivait dans un projet d’envergure global visant à engager les femmes et notamment les nouvelles générations dans une expérience muticanale portée par des contenus riches, innovants et de qualité.

Initié par Katell Pouliquen, Directrice des rédactions print et digitale de Marie Claire, ainsi que par l’arrivée de nouveaux talents au sein de la rédaction – comme Elvira Masson, Rédactrice en chef adjointe lifestyle, Nathalie Dolivo, Rédactrice en chef magazine ou encore Philomène Piegay, Rédactrice en chef culture et célébrités – cette nouvelle formule marque le début d’une nouvelle dynamique 360° et enregistre des résultats à la hauteur de ses ambitions.

Des lectrices & des annonceurs au rendez-vous

Depuis la refonte de sa plateforme de marque omnicanale, Marie Claire remporte l’adhésion de ses lectrices avec une hausse de près de 2% de ses ventes au numéro tandis que ses concurrents hebdomadaires affichent une baisse de 7,8% en moyenne*.

Plus globalement, la Brand Marie Claire enregistre une hausse de son audience de +18% sur l’ensemble de l’année 2020*. Avec une diffusion France payée de 314 654 exemplaires, dont 137 763 vendus en kiosque*, Marie Claire confirme son positionnement de premier mensuel féminin haut de gamme.

Côté régie, les changements opérés dans le magazine permettent à la marque Marie Claire de renforcer son portefeuille clients avec l’acquisition de nouveaux annonceurs sur le terrain du luxe, de la mode et de la beauté notamment. Le titre gagne ainsi 3 points de parts de marché sur sa pagination totale présentant ainsi le plus fort gain au sein de son univers de concurrence. La progression est encore plus forte sur le portefeuille beauté avec un gain qui dépasse les 7 points.

Une communauté digitale de plus en plus dynamique & engagée

C’est en se tenant au plus près des usages des femmes que Marie Claire anime une communauté de plus en plus dynamique et engagée sur le digital. Depuis le début de l’année, l’audience digitale a en effet progressé de 37% et connaît des pics records* (+ 50% par exemple du 2 au 8 novembre 2020).

En septembre 2020, le site marieclaire.fr comptait 6 millions de visiteurs uniques, soit la plus forte augmentation de son univers de concurrence direct***.

Les taux d’engagement en forte croissance sur les réseaux sociaux constituent également la preuve d’une véritable adhésion à la marque, avec +59% sur Instagram et + 34% sur Facebook*.

« La progression de nos audiences digitales sur Marie Claire (+37%)* s'explique notamment par la création de contenus variés et de grande qualité. Ces résultats en hausse nous ont permis d'accélérer considérablement l'ensemble de nos leviers d'activations, avec la programmation, les OPS, ou la vidéo par exemple, et d'afficher ainsi un chiffre d'affaires en forte progression ».

**Anouk Kool, Directrice Exécutive de GMC Média,
régie publicitaire du Groupe Marie Claire**

Fort de son succès et sous l'impulsion d'Elodie Bousquet – Rédactrice en Chef digital – Marie Claire se projette et imagine de nouveaux formats éditos sur le digital en phase avec les attentes et usages de son audience :

- Création de séries vidéo : **Le Sens de la Mode** pour plonger dans les coulisses de la Fashion Week, et **J'ose** pour découvrir les portraits de femmes audacieuses ;
- Lancement d'un nouveau show sur Snapchat : Les **Pop Modèles**.

*Sources : One Next Global 2020 v2 ; Social Bakers ; MNR août 2020 ; ACPM – OJD 2019-2020 ; MNR Global 3 écrans, ensemble - 2019

MARIE CLAIRE EN QUELQUES CHIFFRES :

- Premier mensuel féminin haut de gamme avec une diffusion France payée de 343 569 exemplaires*
- Premier féminin haut de gamme avec 2,2 millions de lecteurs*
- 4,4 millions de visiteurs uniques *

Contacts Presse Groupe Marie Claire
Chargée de Communication - Roxane Tizio - 01 41 46 87 72 - rtizio@gmc.tm.fr
Direction de la Communication - Chupa Renié - chupa@chuparenie.com