

PLEINE VIE, pleine d'ambition !

Lifting du magazine,ancements de la série « Le polar du mois » et de « ALLO Pleine Vie » et d'autres développements sur 2021

Pleine Vie, la marque référente des jeunes seniors gagne en ambition sur 2020-2021. Elle déploie son ADN de marque par des podcasts et un service juridique exclusif et prépare de nouveaux développements à la fois dans le print, le digital et l'évent.

Lifting du magazine : de nouvelles rubriques en phase avec les aspirations des lectrices et une maquette clarifiée

Les seniors sont au cœur de notre société : 26,6 millions de Français (dont 14,4 millions de femmes) ont aujourd'hui plus de 50 ans, et un tiers des Français aura plus de 60 ans d'ici 2050¹. Cette population croissante est adepte de la presse magazine puisque **89%** des femmes de 50 ans et plus déclarent lire au moins un magazine chaque mois².

Dans son numéro d'octobre 2020, actuellement en kiosque, **le magazine Pleine Vie se renouvelle et repense son ergonomie de lecture**, avec une maquette et un rubricage repensés, pour une lecture plus fluide et un engagement éditorial plus marqué.



La rédaction a privilégié 4 axes forts de développement pour ses nouvelles rubriques afin d'apporter une réponse à toutes les préoccupations des lecteurs :

- **mettre en lumière celles et ceux qui œuvrent** afin d'offrir un monde meilleur aux générations futures et s'intéresser aux problématiques des 11 millions d'aidants en France ;
- **éclairer les lectrices sur les meilleurs choix** en matière de produits high-tech/électroménager et quant aux applis à télécharger sur leur smartphone ;
- **proposer des solutions concrètes** à celles qui souhaitent changer leurs habitudes pour gagner en bien-être tout en protégeant la planète ;
- **développer l'actualité tendance**, les échanges et les sélections culturels pour rester connecté avec la société...

Stéphanie PIC, Directrice de la rédaction de Pleine Vie :

*« L'idée n'est pas de faire la révolution : **Pleine Vie** reste le magazine senior ancré dans l'action, la vitalité, la réalisation de soi, l'optimisme. Les rubriques Droit et Santé du mensuel, qui constituent son ADN et restent fortement plébiscitées par nos lectrices, occupent toujours une large place dans le journal. Tout comme la beauté, le jardin, la déco, la cuisine, le tourisme, la culture. Mais les temps changent... vite. Et les aspirations de nos lectrices évoluent elles aussi. Notre mission éditoriale est donc de les accompagner dans ces changements. Deux axes pour y parvenir : **côté graphique, une maquette finement liftée, plus claire et plus lisible. Côté éditorial, de nouvelles rubriques en phase avec les tendances sociétales.** »*

¹ INSEE bilan démographique France 2019 publié le 14 janvier 2020

² ACPM One Next 2020 V2

Nouveau format audio : lancement des podcasts Pleine Vie



Pleine vie lance ses podcasts, avec **une première série de fictions « Le polar du mois »**, polars sélectionnés par la rédaction ! Pleins de suspense et de mystère. A écouter sans modération et partout.

Ces nouveaux formats sont accessibles via le site www.pleinevie.fr.

Nouveau service : lancement d'ALLO Pleine Vie, un service exclusif ! Réservé aux abonnés



Pleine Vie **élargit son offre dans le domaine du droit pratique et de l'actualité juridique** en créant un nouveau service, ALLO Pleine Vie, une hotline juridique dédiée à ses abonnés.

Avec un réseau d'experts et de spécialistes, ALLO Pleine Vie partage son expertise et répond aux questions juridiques de ses abonnés.

Fiscalité, gestion de patrimoine, banque et assurance, gestion sociale, consommation, immobilier, famille... ALLO Pleine Vie est un service juridique pluridisciplinaire qui accompagne les abonnés du magazine dans la réalisation de leurs projets.

Une année 2021 riche en développements

Parallèlement à ces lancements, **la marque Pleine Vie continue dans sa dynamique, 2021 s'annonçant également dense** avec un certain nombre de nouveaux projets :

- le développement de nouvelles thématiques de hors-série,
- le lancement d'une collection de livres autour des thématiques seniors,
- la montée en puissance du site web avec un développement des transversalités print/web,
- le lancement du Grand Prix Pleine Vie.

Ces développements s'inscrivent parfaitement dans la stratégie de diversification du groupe Reworld Media dont les marques s'adressent à leur public sur tous les supports.

A propos de Pleine Vie : la marque, optimiste et engagée, référente des jeunes seniors

Pleine Vie, la marque référente des jeunes seniors, est diffusée à 522 884 exemplaires. La marque touche chaque mois 1 592 000 Français avec son magazine et 999 000 visiteurs uniques à travers son site pleinevie.fr³.

A propos de Reworld Media :

Reworld Media est un groupe international en développement sur le marché BtoC via des plateformes de contenus, de services et de marques et, sur le marché BtoB via l'édition de solutions AdTech. Le groupe produit d'une part des contenus multi-support (web, print, vidéo, audio, TV) et des services d'abonnements qui sont déployés sur ses 45 marques media propriétaires (Science & Vie, Grazia, Marie France, Maison & Travaux, Auto Plus, Gourmand, Top Santé, Télé Magazine...) présentes dans 6 univers clés. Il développe d'autre part une offre de monétisation d'audience à forte valeur ajoutée pour les marques annonceurs, comprenant performance, brand content et publicité programmatique. Fondé en 2012, Reworld Media est devenu le leader français des médias thématiques et est classé à la 5ème place du FW500 (classement des entreprises de la Tech française). Le groupe totalise un chiffre d'affaires annuel proforma de 462 M€, est présent dans 11 pays et compte 970 collaborateurs. Euronext Growth Paris - www.reworldmedia.com

Contact media : PCE - Ségolène de St Martin – 33 (0)6 16 40 90 73 - sdestmartin@p-c-e.fr

³ OJD DFP DSH2019-20 - One Next 2020 V2 - Mediamétrie NetRatings Juin 2020