



Communiqué de presse – 19/06/2025

## CLOSER fête ses 20 ans : un numéro collector pour un anniversaire événement

- En kiosque demain -

À l'occasion de ses 20 ans, Closer fête deux décennies de présence au cœur de l'actualité people. Pour marquer l'événement, Closer publie un numéro grand format, collector, retraçant sur plus de 20 pages, les scoops, exclusivités et temps forts qui ont construit le succès du titre.



Il inclut les résultats d'une étude inédite sur les célébrités ayant le plus marqué les Français : figures iconiques, scoops inoubliables, événements marquants... Un éclairage unique sur le lien que le public entretient avec les personnalités médiatiques.

### 20 ans au plus près des célébrités et des lectrices

Le 20 juin 2005, Closer faisait une entrée remarquée dans les kiosques en créant un nouveau genre : celui du **premier féminin people**. Inspiré du format britannique, le magazine se distingue dès ses débuts par **une approche inédite** en France : un **4-en-1** associant actualités people, histoires vécues, mode & shopping et programme TV. À cela s'ajoute **une identité visuelle forte** – un rose assumé – qui marque durablement les esprits.

Le magazine se veut à la fois divertissant et révélateur d'une réalité : **les stars ont des problèmes ordinaires, et les anonymes vivent parfois des destins hors du commun.**

Très vite, Closer impose son style et conquiert son public atteignant des chiffres records.

### Un journal qui bouscule les politiques

Dès 2006, Closer bouscule les codes en publiant les coulisses intimes de personnalités politiques, ouvrant une nouvelle ère de **scoops retentissants**. Parmi eux, celui – devenu emblématique – de François Hollande et Julie Gayet, qui marquera un **tournant médiatique en inscrivant durablement la vie privée des politiques** au cœur de l'actualité.

## 20 ans de confiance partagée avec son lectorat féminin

En deux décennies, Closer s'est imposée comme une marque média puissante, portée par une communauté féminine fidèle. **Chaque mois, ce sont 6,8 millions de Français qui sont touchés à travers un écosystème éditorial multicanal :**

- + de 2,4 millions de lecteurs print<sup>(1)</sup>
- 4 millions de visiteurs uniques digitaux<sup>(1)</sup>
- + de 2 millions d'abonnés newsletters
- 1 million de followers sur les réseaux sociaux

Closer séduit une audience féminine active, prescriptrice et en affinité avec les tendances mode, beauté, food et culture. Un positionnement qui fait de Closer **un acteur incontournable de la presse féminine en France.**

## Un anniversaire célébré avec un numéro exceptionnel

Closer marque ses 20 ans avec **un numéro collector au format XL**, en kiosque le 20 juin 2025.

Au sommaire : **un bilan des deux dernières décennies, des témoignages de la rédaction, et une étude exclusive** menée par *Toluna – Harris Interactive*<sup>(2)</sup> dévoilant les classements des stars les plus marquantes, les scoops les plus forts, les décès les plus bouleversants, mais aussi les people les plus agaçants selon les Français.

Laurence Pieau, directrice emblématique du titre, reviendra sur la genèse du tout premier numéro.

**Un numéro anniversaire riche en souvenirs, émotions et surprises.**

<sup>(1)</sup> Sources : ACPM One Next Global 2025 S1/médiamétrie février 2025

<sup>(2)</sup> « Etude Toluna – Harris Interactive réalisée en ligne auprès d'un échantillon de 1 078 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Représentativité assurée par la méthode des quotas appliquée aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle, région et taille d'agglomération de l'interviewé(e). »



### **A propos de Reworld Media** - <https://www.reworldmedia.com/>

Reworld Media est un groupe en développement sur deux marchés, BtoC et BtoB.

- Le marché BtoC par le déploiement d'offres de contenus, de services et de produits en affinité avec les centres d'intérêts des lecteurs, disponibles à l'abonnement et en vente à l'acte, auprès d'un bassin d'audiences captives de plus de 37 millions de français qu'il accompagne dans la digitalisation de leurs usages et modes de consommation.  
- Le marché BtoB par la monétisation de ses propres audiences et l'accompagnement de ses clients dans la création et l'exécution de leur stratégie de communication et commerciale, grâce à la couverture de tous les leviers de la communication.

Le Groupe a à son actif plus de 80 marques médias multi-supports / multiformats (print, digital, vidéo, audio, TV, événements) génératrices d'audiences dans 12 univers thématiques (Maison & Travaux, Marie France, Grazia, Auto Plus, Science & Vie, Marmiton, Gourmand, Top Santé, Doctissimo, Télé Magazine, etc.). Il intègre aussi ses propres plateformes technologiques à la performance, notamment de partner marketing avec 180 000 sites affiliés dans le monde. Fondé en 2012, Reworld Medi a réalisé un chiffre d'affaires annuel de 534,7 M€ en 2024, est présent dans 11 pays et compte 1 356 collaborateurs.

### **Contacts**

Sékolène de Saint Martin, Founder | PCE

sdestmartin@p-c-e.fr | 33 (0)6 16 40 90 73

Séverine Templet, Directrice communication | Reworld MediaConnect

stemplet@reworldmedia.com | 33 (0)6 50 46 37 31