

COSMOPOLITAN

LE NOUVEAU COSMOPOLITAN SE DÉVOILE ET RÉAFFIRME SON POSITIONNEMENT BIMÉDIA

Après avoir célébré ses 50 ans dans son dernier numéro, [Cosmopolitan](#) engage un nouveau virage dans son histoire en lançant une nouvelle formule disponible depuis le 2 novembre. Piloté par Elsa Margot, récemment nommée Rédactrice en chef, le nouveau Cosmopolitan affiche des ambitions fortes pour monter en gamme et renforcer son positionnement en tant que féminin leader sur la cible trentenaire qui adresse chaque mois plus de 5,9 millions de lecteurs.

UNE NOUVELLE FORMULE PREMIUM ET INCARNÉE

Dans sa nouvelle mouture, la marque média monte en gamme dans la forme comme dans le fond, sans jamais trahir ses fondamentaux.

Cosmopolitan repense entièrement sa charte graphique avec Isabel Alves, Directrice artistique du magazine, et crée un écrin plus *premium* pour les lectrices et les annonceurs. Concrètement, la nouvelle identité visuelle est plus chic, plus féminine et aérée, avec une nouvelle typographie qui apporte de l'élégance et de la douceur.

En couverture, moins d'informations et plus d'incarnation. Les *Cosmo girls* sont de retour avec des personnalités qui inspirent et donnent un nouveau souffle comme la chanteuse Jain en septembre, Laury Thilleman en une du numéro anniversaire et Louane actuellement en kiosque.

Sur le fond, la nouvelle formule propose un découpage plus clair avec trois entrées principales : « s'inspirer », « se réaliser », « s'évader ».

Plus fluide, ludique et intuitive, la lecture permet des temps de respiration. Elle est rythmée par une quinzaine de nouvelles rubriques, parmi lesquelles :

- **Popcorn** : un éclairage décalé sur les séries du mois à *binge watcher* ;
- **La belle Verte** : la sélection de la rédaction des nouveautés beauté *green* du moment ;



- **Mode détective** : une tendance mode décryptée via des interviews d'experts et des conseils aux lectrices pour se l'approprier.

« Vitrine de notre marque, le magazine papier incarne les valeurs Cosmo : complicité, bienveillance, confiance, avec le ton décalé, impertinent et joyeux qui fait notre ADN depuis toujours. Aujourd'hui, cette identité se renforce au travers d'articles plus ancrés dans leur temps, avec plus de traitements de fond pour contribuer à l'accomplissement de nos lectrices. Cosmopolitan se veut être le reflet des aspirations de la trentenaire : multiple, engagée, ambitieuse, connectée à ses émotions, en recherche d'équilibre entre sa tête, son cœur et son corps, dans un monde où tout change très vite. »

Elsa Margot, Rédactrice en chef de Cosmopolitan

Pour accompagner ces rendez-vous éditoriaux, le nouveau Cosmopolitan met en avant des photographes qui cultivent une vision moderne de la trentenaire et donne la parole à de nouvelles plumes qui reflètent les aspirations des lectrices et partagent les mêmes usages.

DES SYNERGIES AMPLIFIÉES ENTRE LE PRINT ET LE WEB

Le tournant stratégique de Cosmopolitan s'accompagne de nouvelles synergies entre le support papier et le digital. Visuellement, la nouvelle direction artistique se déclinera sur le digital et donnera un élan plus féminin, plus aéré et plus élégant.

Éditorialement, la rédaction a imaginé des rendez-vous *print* qui se prolongent sur le digital et se répondent pour une expérience enrichie et *premium* : déclinaisons de rubriques en vidéo, thématiques transversales, etc.

Les contenus sont amplifiés notamment avec des vidéos backstage, des extensions exclusives ou encore la création de QR codes distillés au fil des pages du magazine permettant aux lectrices de Cosmopolitan un accès direct sur le web.

Chaque support reste fidèle à ses propres spécificités tout en cultivant une même ligne directrice qui se complète et s'enrichit. L'objectif : parler d'une même voix en incarnant des valeurs et des convictions communes.

À PROPOS DE COSMOPOLITAN :

- Leader trentenaire avec 1,1 million de lecteurs (Source : ACPM ONE NEXT 2023 S1)
- 5,9 millions de lecteurs *print* et digital, dont 4,6 millions de femmes (Source : ACPM ONE NEXT 2023 S1)
- 3,4 millions de visiteurs uniques (Source : MNR Septembre 2023)
- Une audience engagée avec 3,6 millions de followers cumulés
- Une nouvelle organisation articulée autour de Séverine Peraud, Éditrice déléguée, Elsa Margot, Rédactrice en chef, accompagnée de Chloé Plancoulaine, Rédactrice en chef adjointe *print* et de Guillemette Deroy, Rédactrice en chef adjointe digital

CONTACTS PRESSE : GROUPE MARIE CLAIRE

Direction de la Communication • Chupa Renié • chupa@chuparenie.com