

PSYCHOLOGIES

AGIR SUR SA VIE

Verticale
WOMEN
17,5 M
Français /
mois



Stéphanie PIC
Directrice de la rédaction

LA MARQUE FEMININE LA PLUS EXCLUSIVE

Psychologies a pour mission de partager les nouvelles idées pour agir sur sa vie. C'est une marque féminine qui favorise la confiance des femmes à travers sa conviction : « Changer est possible ».

BRAND
2,4 M
Français / mois
+2%

132 373

ex / mois

1,4M

lecteurs / mois

+6%

Dont **750K**
Lectrices exclusives
vs PFHG
(72%)

1,8M
abonnés RS

1,3M
VU / mois
+19% vs M-1

300K
Opt in edito
newsletter

**Cœur
de cible**

Femmes (ind.141)
F 35-49 ans (ind. 136)
Femmes ICSP+ (ind. 139)
Urbaines (ind. 115)

PSYCHOLOGIES

NOUVEL
ECRIN
POUR VOS
MARQUES

NOTRE AMBITION : Renforcer la qualité et l'expertise de nos contenus pour répondre à l'exigence de nos lecteurs :

1- faire des découvertes, 2-avoir des clés pour agir 3-lire un magazine moderne dans l'air du temps.



1- Une expérience de lecture plus qualitative

Un **plaisir** de lecture accru grâce à une maquette plus sobre, un univers plus **aspirationnel** grâce à une iconographie haut de gamme et une **meilleure** prise en main avec un grammage de papier augmenté



2- Des capsules sociales originales, inédites ultra-engageantes

Création de nouveaux rendez-vous réguliers, **formats adaptés et exclusifs** pour nos communautés, afin de répondre à leurs envies et attentes!



3- De nouvelles plumes pour de nouvelles chroniques, la création d'un comité d'experts

Psychiatres, neuropsychologue, journalistes beauté, experts...

De **nouveaux talents rejoignent la rédaction** : Marine Colombel, Monique Le Doledec, Augustin Trapenard,, Brigitte Prot, Tristan-fredéric Moir



4- Nouveau site

Nouvelle identité graphique nouveaux RV Et création d'illustrations par IA

PSYCHOLOGIES

AGIR SUR SA VIE

PRINT



DIGITAL



SOCIAL



AUDIO/VIDEO



PSYCHOLOGIES

AGIR SUR SA VIE

EVENT

LA JOURNEE DE LA
GENTILLESSE

novembre 2024

« osons être gentil sans a
priori »

PRIX DE L'ESSAI

PSYCHOLOGIES-FNAC

HORS-SERIES

