

Trois questions à Anaïs Bocquet, rédactrice en chef d'Esprit Beauté

mar 24/04/2018 - 10:08



Esprit Yoga Éditions lance aujourd'hui, en test, un nouveau magazine : Esprit Beauté (4,90 euros, codification 16753). Sa rédactrice en chef Anaïs Bocquet a répondu à nos questions.

Esprit Beauté est sur une ligne éditoriale particulière. Quel est son positionnement en linéaires ?

Esprit Beauté trouve sa place avec les féminins, même si c'est une place par défaut. Il n'y avait plus vraiment de magazine uniquement sur la beauté, or Esprit Beauté est concentré sur cet angle, et plus précisément sur la beauté au naturel. Tout en nous rangeant dans le linéaire féminin, il faut envisager notre magazine comme 60 millions de consommateurs dans le sens où nous conseillons des produits de beauté qui ne sont pas dangereux pour la santé, avec la volonté d'être pédagogique sur la composition et l'origine des produits.

Comment est née l'idée de ce magazine ?

Nous avons fait le constat que la beauté amène beaucoup d'annonceurs classiques, de grandes marques type L'Oréal. Or, les consommatrices font aujourd'hui de plus en plus attention à la composition des produits qu'elles utilisent sur leur peau, comme avec ce qu'elles mettent dans leur assiette. Ce sont souvent de petites marques qui répondent à cette nouvelle demande, nous voulions les mettre en avant. Nous voulons aussi montrer les jeunes entrepreneuses derrière ces marques, et sortir d'une vision très stéréotypée de la beauté en revendant des corps ronds, des peaux non-blanches, des cheveux frisés, etc.

Quelle est la place du réseau de la vente au numéro pour vous ?

Les marchands sont très importants pour nous, notamment parce que ce premier numéro est un numéro test. Il est tiré à 23 000 exemplaires et, en fonction des chiffres de la vente au numéro, nous en ferons un trimestriel. Nous avons déjà testé notre ligne éditoriale avec un hors-série Esprit Beauté.

-