

## Quatre questions à Emmanuelle Saporta, rédactrice en chef de Yummypets et Xavier Costes, directeur des ventes chez Uni-médias

lun 10/12/2018 - 15:11



**Les lecteurs et les lectrices passionnés d'animaux vont pouvoir découvrir une nouvelle revue. Yummypets, une parution trimestrielle proposée par le groupe Uni-médias et distribuée par Presstalis, arrivera demain dans les points de vente. Emmanuelle Saporta et Xavier Costes nous en expliquent sa ligne éditoriale et les objectifs de vente au numéro pour le groupe.**

**Quel est le contenu de ce nouveau magazine et à qui s'adresse-t-il ?**

Ce magazine est destiné à tous les fans d'animaux de compagnie ; il est aussi conçu pour et avec ses fans. Ce numéro 1 est un spécial chats. Le concept est le suivant : une vie de chat, ou comment mieux vivre avec son chat et apprendre de lui. Comment partager son quotidien, bien s'occuper de lui et construire une belle relation avec son chat. Mais le n°2 devrait traiter de sujets concernant aussi bien les chats que les chiens. Mais il faut savoir qu'aujourd'hui en France, nous avons 13 millions et demi de propriétaires de chats. Alors, on teste le marché ! Côté contenu, le magazine est basé en grande partie sur des témoignages de propriétaires. On a aussi beaucoup de photos d'animaux qui viennent directement de propriétaires afin de garder le côté vrai et authentique. Que les fans partagent des belles histoires dans un esprit positif et qu'on mette en scène la communauté des passionnés d'animaux de compagnie. L'idée principale étant de véhiculer du plaisir et un côté apaisant tout en apportant de l'information et du conseil. Pour ce projet, nous nous sommes basés sur un réseau de journalistes experts et de vétérinaires, notamment pour rédiger des conseils ou des décryptages (comportementalisme). Le magazine propose aussi des pages shopping. Yummypets a également été construit avec la

participation d'autres rédacteurs et rédactrices du groupe Uni-médias. Autant de collaborations externes et internes avec nos marques, tant sur le print que sur les sites et les réseaux sociaux. La cible : il s'agit d'un lectorat plutôt féminin, de tous âges.

### **Quels sont vos objectifs de vente ?**

Nous sommes présents sur 10 000 points de vente, soit à peu près la moitié du réseau. En tirage sur la France, nous mettons 50 000 exemplaires. L'objectif de vente est de 20 000 exemplaires. Nous ne prévoyons pas de PLV mais une mise en avant sur les réseaux NAP, Relay et GMS. Egalement une autopromotion sur les autres magazines du groupe Uni-médias, sites et réseaux sociaux.

### **Comment comptez-vous faire face à la concurrence en presse animalière ?**

Yummypets est une magazine différent par rapport à l'offre en place. Il met en avant les témoignages d'une communauté forte de passionnés d'animaux de compagnie.

### **Avez-vous un message à transmettre aux marchands de presse ?**

Qu'ils puissent mettre ce titre en avant, car la bonne exposition garantira, nous l'espérons, son succès. Nous souhaitons être exposés près de Miaou, pour le numéro 1, et de la presse féminine. Notre modèle économique est principalement basé sur la vente au numéro, il est donc important pour nous de réussir ce lancement sur le réseau des marchands de journaux.

*Crédit photo : © Julie Garcia*

•