

Trois questions à Elisabeth Marshall, rédactrice en chef de Sens & Santé

mer 09/01/2019 - 15:25



Après une pause de quelques mois, le magazine Sens & Santé, du groupe Le Monde, revient en points de vente demain avec un dixième numéro. L'occasion de faire un point avec Elisabeth Marshall, rédactrice en chef, sur la nouvelle formule du titre, qui sera désormais trimestriel.

© Crédit photo : David Pauwels

Pourquoi avoir lancé une nouvelle formule après cette pause ?

L'arrêt était prévu et nos lecteurs avaient bien évidemment été mis au courant. Nous voulions comprendre ce qu'ils cherchaient mais aussi ce qui leur plaisait dans notre magazine. Un temps d'arrêt pour mieux revenir en quelque sorte, pour coller au mieux aux désirs de nos lecteurs. Nous avons réalisé une enquête auprès d'eux, et celle-ci a confirmé un attachement fort à notre titre. Lorsque nous avons lancé Sens & Santé l'année dernière, nous étions

persuadés que la santé était un véritable art de vivre. C'est vraiment ce que veulent les gens. L'idée est que les patients se réapproprient leur santé. Nous cherchons seulement à leur donner les clefs pour le faire. Au final, il n'y a pas de grands changements, mais plutôt une série d'ajustements.

Une bonne occasion également de se positionner et de vendre ?

Nous sommes en effet revenus à une couverture photo, plus féminine, de manière à rendre le magazine plus identifiable pour les clients. Nous savons maintenant que notre lectorat est essentiellement féminin mais aussi et surtout intergénérationnel. Toujours dans cette idée d'être plus identifiables, le logo du Monde est mis en évidence de manière plus prononcée. Pour les marchands, c'est désormais plus facile de mettre le titre en avant. Le prix a également légèrement augmenté, à 6,90 euros. Mais le magazine ne contient quasiment pas de publicité, les gens en ont vraiment pour leur argent. C'est un bel objet, avec une couverture vraiment travaillée. Nous mettons en place ce numéro à 55 000 exemplaires.

Quel sont les principales nouveautés ?

L'idée reste la même que précédemment. Celle d'un magazine de prévention générale. Avec des méthodes, des exercices, des idées, des pratiques... Pour faire court, un magazine de prévention globale pour le corps, la psychologie, les émotions, le travail personnel. L'axe principal reste vraiment « Science du bien-être ». C'est d'ailleurs la baseline du titre. La parution sera désormais trimestrielle, et non plus bimestrielle. Les parutions sont désormais collées sur les saisons. Le prochain numéro sera d'ailleurs un numéro « Hiver ». Nous avons également un partenariat avec le Greater Good Science Center à Berkeley. Nous puisons dans les travaux de leurs chercheurs pour alimenter nos articles. Nous avons vraiment la volonté de faire un magazine sur la santé et le développement personnel. Avec un soubassement scientifique, un réel ancrage de la science. Et puis, nous voulons également aider nos lecteurs à garder un lien avec la nature. Avec une idée de choses saines. Manger sain, et que cela le soit également pour la planète et notre environnement.

-