

Management devient bimestriel

mer 09/02/2022 - 16:39



Pour son 301ème numéro, qui sera mis en vente dès demain, Management (Prisma Media) évolue et renouvelle sa formule. En effet, le magazine, qui était précédemment un mensuel, adopte une nouvelle périodicité bimestrielle, un nouveau logo et une nouvelle identité visuelle. Le prix, quant à lui, n'évolue pas.

Le magazine, vendu 6,90 euros sous la codification 19238, à placer avec les titres d'information générale et économie notamment à côté de Capital, fera découvrir à ses lecteurs un dossier de couverture de plus de 50 pages autour du syndrome de l'imposteur, également appelé syndrome de l'autodidacte. Ce dernier désigne l'impression de ne jamais être à la hauteur et de se croire illégitime, malgré sa compétence. Pour en venir à bout, la rédaction décrypte une méthode en quatre étapes pour doper sa confiance en soi.

Tiré à 25 000 exemplaires, le nouveau numéro de Management fera une plongée dans les coulisses d'Amazon, mais se penchera aussi sur les émojis, un langage à part entière. La rubrique « question qui fâche » abordera l'avenir des stations de ski sans la neige. Jacques-Antoine Granjon, fondateur et PDG de vente-privée.com (rebaptisé Veepee) y raconte les 20 ans de son entreprise à succès. Le bimestriel sera également accompagné de podcasts et proposera un coaching en ligne à chaque parution.

Le lancement de cette nouvelle formule est soutenu par un important plan de mise en avant sur le réseau presse : un plan bi-média (digital et papier) avec des pages de publicité dans de nombreux titres du groupe Prisma Media, une mise en avant Relay et un affichage national.

Union Presse - 16 place de la République 75010 Paris - Tél : 01 42 40 27 15