

Trois questions à Laura Stioui, directrice éditoriale des Editions Prisma

mer 18/05/2022 - 11:19



Les Éditions Prisma, en collaboration avec GEO et Le Monde, réinventent la collection "Musée Idéal". Ensemble, ils s'associent pour créer un mook, pensé comme une véritable visite guidée. Focus sur ce nouveau titre avec Laura Stioui, directrice éditoriale des Editions Prisma.

Vous lancez un bimestriel autour d'une visite guidée dans un musée imaginaire. Quelle est la promesse éditoriale du titre ?

Pour le prix d'un billet d'exposition, visitez toutes les pièces d'un musée idéal, suivez nos guides conférenciers et découvrez l'actu de l'art !

Que propose Le Musée Idéal en termes de contenu ?

Pensée comme une véritable visite guidée dans un musée imaginaire, cette revue propose tous les deux mois plus 140 pages d'une découverte riche et foisonnante de l'art pictural, dans un bel objet à collectionner, où l'information passe par l'émotion. Le voyage débute dans le vestibule

d'un musée. Un panneau invite les visiteurs pressés à emprunter un couloir vers la salle qui abrite "le chef-d'oeuvre". Il est possible de découvrir l'exposition que le musée idéal consacre à un maître de la lumière et de l'éphémère, Claude Monet. Puis l'aventure se prolonge, de salle en salle, avec le chef-d'oeuvre de la collection permanente, la pause déjeuner, où l'art et la gastronomie sont mis en scène, le petit musée qui abrite une peinture expliquée aux enfants, la petite librairie du musée, et, hors les murs, les coups de coeur de la rédaction GEO.

De quelle façon avez-vous collaboré avec Le Monde ?

Nous sommes en partenariat avec Le Monde qui nous soutient sur tous ses supports print et digitaux sous forme d'articles, newsletters et promotions. Par ailleurs, nous avons mis en place un plan de soutien média d'envergure sur tous les supports du groupe Prisma Media avec des pages de publicité dans nos magazines (GEO, Flow, Femme Actuelle, Ça m'intéresse, Capital, TV Grandes Chaînes et leurs déclinaisons) ainsi que sur nos sites internet.

Parlez-nous de vos objectifs de vente ?

Notre objectif de vente est de 20 000 exemplaires pour ce premier numéro chez les marchands de presse et en librairie. Le titre est tiré à 60 000 exemplaires.

-