unionPRESSE

Quatre questions à Stéphanie Pic, directrice de la rédaction de Psychologies, pour la nouvelle formule du magazine

jeu 22/12/2022 - 15:31



Racheté par Reworld Media juste avant l'été, Psychologies a lancé, fin novembre, une nouvelle formule pour son magazine. Avec le retour de son logo emblématique et un parti-pris graphique plus positif qui laisse une grande place à l'iconographie, le mensuel s'est réinventé et a offert un nouvel écrin à ses valeurs fondamentales. Stéphanie Pic, la directrice de la rédaction, revient sur les nouveautés et sur la nouvelle formule que propose Psychologies.

Il y a un nouveau parti-pris graphique, mais au niveau de la ligne éditoriale, à quoi doivent s'attendre vos lecteurs dorénavant ?

Fondamentalement, la ligne éditoriale ne change pas. Elle reste tournée sur les clés pour "mieux vivre sa vie" qui était le slogan lorsque Perla et Jean-Louis Servan-Schreiber ont repris le magazine. En revanche, il va y avoir des évolutions. La grande nouveauté de cette nouvelle formule est le retour de Christophe André qui tiendra tous les mois une chronique utile aux lectrices et lecteurs dans Psychologies. L'autre nouveauté, c'est l'atelier de Fabrice Midal qui sera présent tous les mois. Et bien sûr, on garde aussi nos signatures emblématiques. Je pense notamment à Claude Halmos qui signe "le courrier" des lecteurs de façon mensuelle, et le professeur Robert Neuburger qui participe à notre rubrique "la première séance".

Avec cette nouvelle formule, il y a aussi cette volonté d'aborder des thématiques plus dans l’actualité ?

Psychologies se veut être un magazine dans l’ère du temps. Il accompagne ses lectrices et lecteurs dans leur bien-être général selon les époques. On a une grosse partie du magazine qui s'appelle “c’est la vie”. C’est notre partie société, qui est illustrée par des enquêtes, des témoignages, des récits et qui met vraiment en avant les femmes. Pour nous, la cause des femmes est très importante. Aujourd’hui, à l’heure du post #metoo, il y a beaucoup de choses à dire. Beaucoup de femmes s'engagent et nous, on accompagne cet engagement en le mettant en avant tous les mois dans le magazine.

Vous espérez attirer de nouvelles lectrices ?

On espère surtout que nos lectrices historiques continueront à apprécier le magazine et qu’elles se le transmettront de mère en fille. C’est un magazine dans lequel toutes les tranches d’âge peuvent trouver des conseils et des clés pour mieux vivre. Il y en a vraiment pour tous les goûts. Quand on prend une thématique comme "réussir son changement de vie" (thématique du n°441 paru ce mercredi), cela peut concerner une jeune femme de 28 ans, comme une femme de 65 ans qui aurait envie de partir s’installer à la campagne. On est vraiment sur des sujets assez universels et très concernants.

Que nous réserve Psychologies en 2023 ?

On a envie que Psychologies reste un magazine vivant. Il va y avoir des nouveautés de manière régulière, en fonction de l’actualité et des retours des lecteurs qui sont très importants pour nous. On ne s’interdit pas de relancer des rubriques historiques du magazine qui ont été arrêtées pour X raisons, ou bien même d’avoir de nouveaux chroniqueurs. Tout cela concerne la partie print. Sur la marque Psychologies au sens large, on a cette déclinaison pour les tout-petits qui est sortie il y a quelques jours (les Tidoudous). On va aussi développer notre site web et on aimerait lancer des comités où des experts et des philosophes pourraient échanger autour de sujets d’actualité comme la bienveillance au travail, qu’est-ce que le bonheur aujourd’hui, etc… On a beaucoup de projets mais le titre est encore tout neuf pour nous. On veut laisser les choses mûrir tranquillement.