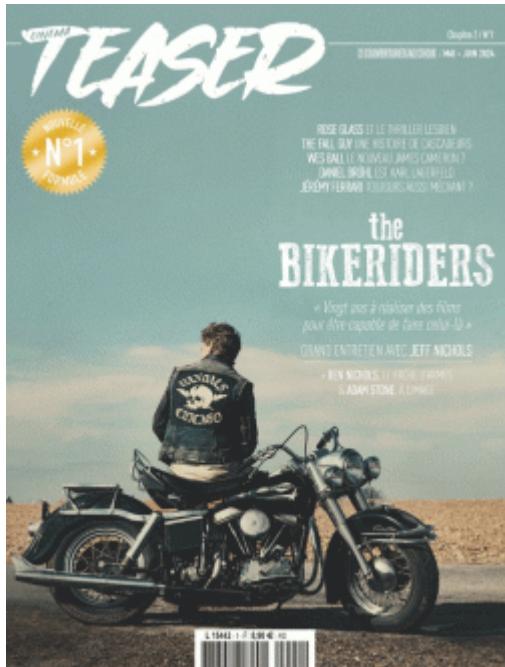


Cinemateaser change de formule

lun 06/05/2024 - 18:14



Cinemateaser ouvre le deuxième chapitre de son histoire. A une semaine de l'ouverture de l'événement international du Festival de Cannes, le magazine (codification 15442) profite de la grand-messe cinéphile et glamour, pour faire son retour le 8 mai dans les points de vente dans une nouvelle formule.

Après plusieurs mois d'absence, Cinemateaser se décline non plus en mensuel mais en bimestriel et sur 132 pages. Avec ce changement de périodicité, l'éditeur a décidé de passer à un prix de vente de 8,90 euros contre 5,90 euros auparavant.

Un éclectisme éditorial

Dans sa nouvelle version, marquée par une direction artistique assurée par l'illustrateur et graphic designer Simon Delart, Cinemateaser change de style. Le logo, qui voit sa taille se réduire, accueille une nouvelle police de caractères. Son aspect graphique se renouvelle dans son rubriquage et la hiérarchisation des sujets.

La nouvelle mouture garde toutefois une ligne éditoriale inchangée "avec une préférence pour le cinéma américain et asiatique, de tous les budgets et de tous les genres". Après treize ans

d'existence, il prolonge sa marque de fabrique en ouvrant les portes de la cinéphilie aux 18 – 50 ans, avec de nombreux entretiens.

Pour ce premier numéro, deux couvertures sont proposées au choix. Les linéaires accueillent celle de *The Bikeriders* et *The Fall Guy*. Pour la première option, son réalisateur Jeff Nichols décrypte son sixième projet, tandis que pour la seconde, le réalisateur David Leitch explore dans un blockbuster d'action la place des cascadeurs dans l'industrie.

La célébration du cinéma se prolonge avec plus de dix pages consacrées aux films essentiels de la nouvelle édition du Festival de Cannes et un sujet sur la série *Becoming Karl Lagerfeld*.

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