

Public fait peau neuve et s'offre une seconde jeunesse

jeu 28/11/2024 - 15:07



Après la refonte de son site internet et des réseaux sociaux, la version papier de Public devait elle aussi faire peau neuve et c'est désormais chose faite. L'hebdomadaire (Heroes Media) se présentera dans son nouvel écrin (codification 14150) demain dans les points de vente (prix 2,20 euros), avec un numéro bénéficiant d'un tirage porté à 100 000 exemplaires.

Une formule retravaillée pour plus de féminité

Ce lifting du magazine papier s'accompagne d'une refonte de son contenu. Vos clients pourront découvrir de nouvelles rubriques inédites, parmi lesquelles une page spéciale dédiée à l'immobilier des stars. Ils découvriront des visites de demeures de stars et pourront profiter de conseils décoration pour que leur intérieur soit digne d'un palace hollywoodien.

Une autre rubrique qui fait son apparition, "Pour le meilleur et pour l'empire". Dans cette dernière, les équipes de Public épluchent le patrimoine d'une personnalité. Pour ce premier numéro, c'est Cyril Hanouna qui est passé au crible par les journalistes. La maquette a également été retravaillée pour être plus aérée et féminine. Le magazine compte également de nouveaux intervenants dans ses rangs pour couvrir de manière plus complète l'actualité people et son décryptage. Toutes ces nouveautés arriveront au fur et à mesure, au fil des éditions de Public.

Le renouveau d'un pilier du people

Depuis 2003, Public s'emploie à couvrir l'actualité people et s'est imposé comme une référence dans ce domaine. Avec 1115 couvertures, le succès du média s'est construit autour de ses rubriques et de ses pages. Une solide base couplée à une capacité d'évolution pour rester à la pointe du people avec par exemple l'arrivée d'informations autour de la politique. Avec cette nouvelle formule, Public entend s'imposer un peu plus encore comme l'un des incontournables du segment.