

Christian Ritz-Bihiya, rédacteur en chef de L'Edito Magazine

jeu 01/03/2018 - 13:02



Distribué jusqu'alors gratuitement dans les établissements de luxe, L'Edito Magazine (1 euro, codif. 16189) fait demain sa grande entrée dans la filière de distribution classique. Un changement que nous explique Christian Ritz-Bihiya, rédacteur en chef du magazine.

Pourquoi passer d'une diffusion gratuite dans une sélection de lieux haut de gamme à une diffusion payante auprès du grand public ?

La distribution publique est un projet ambitieux, notre désir est de développer notre titre et lui donner un réel positionnement grand public, nous désirons offrir à notre futur lectorat un titre qui n'existe pas ou peu aujourd'hui, remettre en avant les qualités d'un contenu intéressant et littéraire, sans oublier les qualités visuelles.

A quels acheteurs les marchands de presse peuvent-ils le conseiller ?

Le magazine s'adresse à un lectorat éduqué, possédant une attraction vers la culture sous toutes ses formes, avec une orientation marquée vers le domaine de la mode. Nous tirons ce quinzième numéro à 50 000 exemplaires.

De quelle famille ou titres de presse L'Edito Magazine se rapproche-t-il ?

L'Edito Magazine se rapproche de la presse de mode haut de gamme et de la presse culturelle,

au même titre que des magazines tels que L'Officiel, Numéro et Lui.

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