

ven 09/04/2021 - 01:14



Ce vendredi 9 avril, Burda Bleu lance un tout nouveau titre santé grand public : « Comment Ça Va ? ». Un bimestriel de 132 pages sans publicité qui s'adressera à un lectorat essentiellement féminin et qui abordera des questions d'actualité assez diverses. Vanessa Krstic, directrice de la rédaction du magazine nous parle de cette nouvelle parution ([3,95 € ; codification : 12645](#)).

A qui s'adresse ce nouveau magazine ?

On s'adresse essentiellement à des femmes. Et à un public plus jeune que la majorité des autres magazines santé. Alors évidemment, on n'exclut absolument pas les femmes plus âgées, au contraire. C'est pour ça qu'on aborde vraiment tout type de sujets. On parle à un public assez large. Le tout avec un ton un peu décalé, qui parle au plus grand monde. Et avec pas mal d'humour. On y tient et je pense que c'est plutôt réussi. L'idée, c'est d'être proche de la lectrice un peu comme lorsqu'on parle de nos problèmes de santé entre copines.

Quelles seront ses spécificités ?

En ce moment, on parle plus que jamais de santé. Nous avons voulu en parler de façon sérieuse, puisque chacun de nos articles est validé par plusieurs experts. Notre autre grande force je pense, c'est d'avoir pris le parti d'être zéro pub, à part des pages offertes à des associations. Cela nous autorise à être encore plus proche de la lectrice. D'être 100% tournés vers ses besoins et ses véritables problématiques. Nos sujets sont quand même très axés sur ce que vivent les femmes aujourd'hui. Nous ne sommes pas moralisateurs, nous ne sommes pas culpabilisants. Et puis on ne matraque pas de produits. Et quand il y en a, il s'agit de produits dont on a étudié les étiquettes. On s'implique pour l'environnement et la lutte contre le réchauffement climatique. Sans être estampillés "écologique", nous sommes juste responsables.

Avez-vous eu des doutes en lançant ce magazine ?

Disons que si on n'y croit pas, on ne le fait pas ! On arrête tout de suite. On ne lancerait plus rien. C'est un peu l'esprit de Burda. Ce n'est pas une "prise de risques" en tant que telle, parce que c'est quand même très calculé. Mais en revanche on ose. J'aime la presse depuis que je suis toute petite. J'adore ça. Je n'ai jamais cessé d'aimer la presse et j'y crois encore. Moi je pense que l'idée c'est de se renouveler, de ne pas rester dans les mêmes codes, dans ce qui a fonctionné pendant des années. Dans ce qui est rassurant finalement. C'est pour ça qu'on essaye de faire des choses différentes, et puis surtout auxquelles on croit ! On a fait ce magazine avec un plaisir dingue, en se marrant, avec vraiment une énergie folle et je crois que ça compte.