

Quatre questions à Sabrina Nadjar, rédactrice en chef de Femme Actuelle, sur la nouvelle formule du magazine

ven 21/07/2023 - 17:03



Au plein cœur de l'été, Femme Actuelle se lève sous un nouveau soleil. Le magazine de Prisma Media arrive ce lundi 24 juillet avec une nouvelle formule et un nouvel état d'esprit repensé pour le bien des lectrices. À l'aube d'un nouveau virage inspiré par la notion de plaisir, la rédactrice en chef Sabrina Nadjar nous révèle les dessous de cette nouvelle identité.

Comment se présente cette nouvelle formule de Femme Actuelle ?

Dans cette nouvelle version de Femme Actuelle, on a voulu casser les codes avec une formule axée sur le plaisir. Dorénavant, ce sera notre maître-mot. On s'est rendu compte que la période post-Covid nécessitait des ondes beaucoup plus positives, et qu'il valait mieux s'éloigner de tout ce qui peut plomber le moral. Femme Actuelle souhaite revenir aux fondamentaux en apportant

bien-être et plaisir à ses lectrices. Cela a d'ailleurs donné lieu à un rubriquage par bénéfiques et non plus par thématiques. L'idée, c'est de se défaire des magazines classiques et de montrer à celles qui nous lisent les bénéfiques que peuvent leur apporter la lecture de nos numéros. On a développé plusieurs rubriques comme « *Ça me fait du bien* », « *Ça m'inspire* », « *Ça m'intéresse* », « *Ça me fait envie* », « *Ça me simplifie la vie* », « *Ça me dépayse* »... Toute la structure du magazine a été repensée, mais les secteurs habituels sont bien présents. Par exemple, dans « *Ça me fait du bien* » il y a de la beauté, du bien manger, de la forme. Dans « *Ça m'inspire* », il y a de la mode et de la déco, dans « *Ça m'intéresse* » on explore la société, la santé, la psycho, des témoignages...

En plus du nouveau chemin de fer, quels sont les autres grands changements ?

On a remis les lectrices au centre du magazine et vous allez voir qu'on les retrouve à plusieurs endroits. Désormais, ce sont elles qui testent les produits, les nouveautés et les activités. Ce ne sont plus les journalistes. Leurs avis comptent et ça nous intéresse de les connaître et de les partager. Dans les différents sujets, il y aura des « Questions de lectrice » où elles pourront directement poser leurs questions. On a voulu être au plus près de notre lectorat.

Le retour de la notion de plaisir dans la parution se traduit aussi par la création d'un cahier jeux (de 6-7 pages) qui sera présent chaque semaine. Avant, on le faisait surtout l'été, mais on s'est aperçu que les gens avaient de plus en plus envie d'une parenthèse dédiée aux jeux et aux activités ludiques dans leur magazine.

Qu'est-ce qui vous a poussé à revoir votre formule ?

On part régulièrement en province, là où on a énormément de lectrices, pour aller à leur rencontre. On fait des groupes de paroles avec elles pour vraiment être dans l'ère du temps. On leur soumet des idées, des innovations et des requêtes puis on voit comment elles réagissent. Le but c'est de devancer leurs attentes et être au plus près de leurs besoins. On souhaite être connectés en permanence avec elles.

Quel est l'objectif à atteindre avec ce nouveau format ?

On sait que, malheureusement, nos lectrices peuvent avoir des problèmes, des difficultés familiales, professionnelles, ou bien d'agents. La vie est dure pour tout le monde et cela de plus en plus. Femme Actuelle doit être une bulle de plaisir et de bien-être. Quand elles lisent notre magazine elles doivent être protégées de l'extérieur et être dans un cocon de bienveillance et d'apaisement pour ressortir avec le sourire.