union PRESSE

Diverto, un an déjà !

jeu 01/02/2024 - 15:34

Un an après son arrivée, Diverto monte en puissance. Le magazine hebdomadaire fête sa première année d'existence et dresse un bilan de ce premier exercice.

Présenté au tout début de l'année 2023, Diverto a livré 53 couvertures pour couvrir toute la pop-culture française et internationale avec les personnalités de la télévision (Audrey Fleurot, Bruce Toussaint, Camille Combal, Cyril Lignac, Elise Lucet…), des stars de cinéma (Tom Cruise, Margot Robbie & Brad Pitt, Emmanuelle Béart, Omar Sy…) mais aussi des nouveaux visages moins connus du grand public (Hugo Travers, Nicky Doll, Pierre de Maere…).

A travers un positionnement alliant télévision et plateformes aux autres cultures populaires telles que la musique, le cinéma, la radio, le monde du spectacle, Diverto et sa régie 366 ont affiné la proposition éditoriale pour répondre au mieux aux attentes des lecteurs. Selon un baromètre mensuel réalisé avec Kantar, intitulé "Diverto : notoriété, usages et attitudes", l'hebdomadaire affiche "un taux d'agrément de 92%, en croissance depuis son lancement". Les lecteurs décrivent le magazine comme étant "familial (à 89%), utile (à 88%), complet (à 85%) et moderne (à 83%)", d'après un communiqué de l'éditeur.

Une zone de turbulences

Au cours des douze premiers mois, le magazine TV porté par les quotidiens régionaux aura vécu tous les rebondissements possibles. L'ancien directeur des rédactions du pôle TV-Entertainment du groupe Prisma Media (Télé-Loisirs, Télé2Semaines, TV Grandes Chaînes, Htag Studio) Thierry Masclot a succédé à Antoine Daccord au poste de directeur exécutif du titre.

Porté par 52 titres de la Presse quotidienne régionale (PQR), Diverto revendique une diffusion France payée (DFP) de 3,2 millions d'exemplaires et un tirage à plus de 3,3 millions d'exemplaires chaque semaine. Son site attire jusqu'à 2 millions de visiteurs uniques mensuels, souligne 366, régie du titre, dans un communiqué.