



AUTHENTIQUE ET SANS FILTRE

Voici SE RÉINVENTE

Voici, l'ère marque people, repense sa promesse de marque avec pour ambition de renforcer les liens de complicité entre femmes pour leur permettre d'être elles-mêmes, de se sentir soutenues et comprises.

“Avec Voici, la lectrice s'est trouvé une bande, avec laquelle elle se marre, échange plein d'infos croustillantes et de bons plans. Comme un groupe de copines avec qui on parle de tout, en confiance, sans filtre et sans interdit “ explique Marion Alombert, directrice de la rédaction de Voici.

En étant une marque accessible, rassurante, drôle, avec toujours un temps d'avance, Voici dessine des espaces de confiance pour toutes les femmes qui ont envie de se (re)lâcher.

Voici déploie ce virage stratégique dans son écosystème média avec une nouvelle formule du magazine, des nouveaux programmes sur les réseaux sociaux et un nouveau podcast dès **ce vendredi 28 juin**.

Voici ON SE DIT TOUT, ET PROMIS... ÇA RESTE ENTRE NOUS.



Dans le magazine, cette nouvelle direction de marque s'exprime par une montée en gamme et une nouvelle formule plus valorisante, avec un papier et une maquette plus qualitatifs, et plus incarnée avec l'intervention d'experts et de journalistes.

Voici offre plus de complicité, d'accessibilité et d'émotions à travers ses nombreuses nouvelles rubriques - la Météo Love des people, "Dis Voici" et bien d'autres- et son guide POP sur les loisirs et les sorties à ne pas manquer.



Voici renforce sa présence sur les réseaux sociaux et enrichit sa ligne édito sur Instagram et Tik Tok avec de nouveaux formats qui mettent en avant ses communautés, l'actu de stars inspirantes et la couverture d'événement live pour emmener ses followers au plus près des stars.



Le nouveau VOICI investit également l'audio et lance "Tea-time Royal...et gin'to", un podcast fun et punchy pensé comme une discussion entre copines pour tout savoir sur la royauté sans se prendre la tête !



Le bon soutien

Les actrices redoutent l'accident de robe. Alors quand les boutons de la veste qu'Emily portait sans rien dessous ont sauté à l'avant-première d'Oppenheimer, Florence s'est mise devant elle pour la cacher. Cette fille c'est de la bombe.



À PROPOS DE VOICI

IÈRE MARQUE PEOPLE ET FÉMININE EN FRANCE

**15,7 MILLIONS
DE LECTEURS ET
INTERNAUTES**

ACPM / ONENEXT GLOBAL 2024 S1

**12 MILLIONS
DE VISITEURS UNIQUES
MENSUELS**

MÉDIAMÉTRIE AVRIL 2024

**4,4 MILLIONS
DE LECTEURS PRINT
MENSUELS**

ACPM / ONENEXT GLOBAL 2024 S1

À PROPOS DE PRISMA MÉDIA

Le groupe Prisma Media accompagne le quotidien des Français depuis plus de quarante ans pour les divertir et les informer. Il est aujourd'hui le leader de la presse magazine et des médias en ligne. Chaque mois, 2 Français sur 3 consultent une marque de Prisma Media*. Avec un portefeuille de près de 35 marques de référence, le groupe est présent sur les principaux segments grand public et luxe. Prisma Media a pour ambition de devenir le leader européen des marques médias désirables.

*Selon l'APCM, Classement audience OneNext Global 2024 S1

CONTACT PRESSE

Frédéric VALLOIS
Directeur de la Communication externe
fvallois@prismamedia.com

Adeline DESDOIT
Directrice du Hub Communication
adesdoit@prismamedia.com