

# The Good Life

## BIEN PLUS QU'UNE NOUVELLE FORMULE !

**D**ans ce premier numéro, le lecteur se retrouve « Prêt à partir » dans près de 250 pages organisées en trois volets :

**TENTATIONS.** Mode, beauté, expos, livres... une curation réalisée tous azimuts accompagnée de la petite histoire ou du détail qui la rend singulière. Saga de marques, avec l'iconique Hoka, qui renaît outre-Atlantique, et Solex, qui reprend vie après des années d'oubli.

**ÉVASIONS.** Des voyages, mais ailleurs et autrement. City Trip en Macédoine ou « Les 30 lieux mythiques à (re)découvrir absolument », abordés avec ce petit « plus » qu'on ne partage qu'entre amis, comme les « Very Bad Trips », des récits de voyages un poil ratés, parce que ça n'arrive pas qu'aux autres...

**INSPIRATIONS.** Des rencontres fortes et des personnes authentiques pour se questionner ou s'identifier. Kelly Slater, la

**Un an après avoir été racheté par Prisma Media, The Good Life se réinvente avec l'ambition de séduire le public masculin grâce à une offre lifestyle premium et singulière. Repensé pour une cible CSP+ moderne, curieuse et en quête d'expériences authentiques, le magazine place le lecteur au cœur de sa transformation. Des changements en profondeur et un nouveau *claim* qui donne le ton : « Le magazine sérieusement hédoniste. »**

**La promesse de vivre *The Good Life.***

légende du surf, et Niko Romito, chef 3 étoiles alchimiste, se racontent... Et des séries mode incarnées produites par Azza Yousif, la *fashion editor*.

**Fruit d'une collaboration complice.**

À la tête du projet, trois amoureux de la presse, des mots et de l'esthétique visuelle. Paul Miquel, rédacteur en chef, entouré d'Anne Boulay, consultante en média haut de gamme, ont imaginé un magazine curieux, épicurien, spirituel, hédoniste, au ton parfois espiègle. Et pour créer un moment de lecture parfait, c'est Yorgo Tloupas, directeur artistique expert en design graphique, qui signe un nouveau logo et une identité visuelle sur mesure pour les trois sections.





**“Imaginer ce nouveau *The Good Life* a été un vrai plaisir. Nous avons conçu un magazine masculin épicurien, libre et inspirant, avec une attention particulière portée au lecteur. Plus qu’un magazine, nous voulons qu’il soit un véritable compagnon du quotidien pour une vie placée sous le signe du plaisir et de la découverte.”**

Paul Miquel  
Rédacteur en chef



**“Cette nouvelle édition de *The Good Life* marque une étape clé dans notre ambition de développer une offre masculine premium au sein du pôle luxe de Prisma Media. Et ce n’est que le début. Un travail remarquable de conception et d’écriture a été effectué par Paul et toute l’équipe, ce qui donne à cette nouvelle formule toute sa force et son identité.”**

Philipp Schmidt  
Directeur général

**Rendez-vous  
dès le 20 mars  
pour découvrir  
cette nouvelle  
édition !**

**Trimestriel - 8,50 €  
Tirage : 50 000 exemplaires**

Contacts :

**Adeline Desdoit**

Directrice du Hub communication  
adesdoit@prismamedia.com

**Frédéric Vallois**

Directeur de la communication externe  
fvallois@prismamedia.com

#### **À propos de Prisma Media**

Entité du groupe Louis Hachette Group, Prisma Media accompagne le quotidien des Français depuis plus de 40 ans pour les divertir, les informer et les inspirer. Il est aujourd’hui le leader de la presse magazine et des médias en ligne. Chaque mois, 3 Français sur 4 consultent une marque de Prisma Media. Avec un portefeuille de 40 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.