

Pleine Vie



Sens, partage, énergie.

La marque media féminine des 50 ans les + actifs et connectés, prescriptrice d'envies et d'idées pour un quotidien énergisant. Pour les marques, Pleine Vie permet d'investir sur la dynamique d'un nouveau style de vie, qui allie pouvoir d'achat, envies de consommation et partage avec les autres générations.

2 358 000

lecteurs
ONE 2017

LA MARQUE

Contact : 01 41 33 52 60

Pleine Vie



Pleine Vie, un magazine : curieux, ancré dans l'actualité et engagé qui s'adresse à une génération pionnière dans la façon d'aborder chaque nouvelle étape de sa vie et veut rester jeune et actrice de la société.

Se sentir libre, être acteur de la société dans laquelle on vit, s'occuper de soi mais aussi des autres, se réaliser dans ses projets... Aspirations de Millennials ? Oui. Ce sont aussi les aspirations des jeunes seniors, que les lecteurs et lectrices de **Pleine Vie** ont exprimées et qui fondent la nouvelle formule du magazine.

Leurs exigences envers leur magazine ? Entendues !

Que la rédaction s'engage, qu'elle s'appuie sur des experts identifiés (journalistes et spécialistes). Que leur magazine les surprenne, elles qui sont très informées, qu'il leur apporte un regard différent, et de l'émotion. Qu'il apporte un contenu qualifié et abondant, à la hauteur de leur investissement. Autant de revendications qui traduisent leur engagement à l'égard de leur magazine, et leur envie de profiter de leur nouvelle vie !

6 temps forts rythment le nouveau Pleine Vie

- L'entrée du magazine se fait par la rubrique « C'est la Vie », qui invite à comprendre et s'inscrire dans le monde. Une rubrique nourrie d'histoires inspirantes : des gens qui rendent leur vie extraordinaire, via des actions et des projets hors du commun ; ou qui font de leur toute nouvelle retraite la chance de réaliser des rêves (« J'ai toujours voulu être ébéniste », pour le 1er opus).

- « Ma Santé », une préoccupation clé, le credo de **Pleine Vie** : prendre sa forme en main pour vivre longtemps en bonne santé (médecines douces, alimentation, activité physique).

- La nouvelle rubrique « C'est pour Moi », un cocon enveloppant qui encapsule les thématiques Mode Beauté Bien-être, dans un temps de lecture re-boostant.

PRINT

CARTE D'IDENTITÉ

Date de création : 1997
Jour de parution : 1ère quinzaine du mois précédent
Périodicité : Mensuel
Prix du numéro : 3,90€

PERFORMANCES MEDIAS

Le plus jeune et le plus féminin des seniors (64,7 ans d'âge moyen)

80% de femmes

48% de femmes de 50-69 ans

Dont 4 sur 10 sont actives (ONE 2016-2017)

N°1 des féminins généralistes mensuels en affinité sur les femmes de 50-69 ans

Contact : 01 41 33 52 60

- et toujours les rendez-vous « Droits », « Ma Maison », « Mes Loisirs »...

Côté maquette

Un équilibre entre les blancs qui favorisent la lecture, et une palette de chromie énergisante qui facilite le repérage, et une large place consacrée aux photographies.

Les marqueurs de Pleine Vie : dynamique intergénérationnelle, dimension d'accompagnement dans la mise en œuvre de nouveaux projets, et une personnalité forte (tonus, bienveillance, solidarité, curiosité).

624 436

exemplaires

ACPM DFP DSH 2017-2018

2 358 000

lecteurs

ONE 2017

1 875 000

lectrices

ONE 2017





La marque digitale référente sur les jeunes séniors

La version digitale de la marque reprend les thématiques fortes du magazine (santé, forme, droits, voyages et loisirs, famille, actu, inspirations pour la vie quotidienne) : un site pratique, ludique, source de bonnes idées et d'envies, pour faire vivre la communauté Pleine Vie !

157 000

V.U. / MOIS 3 ECRANS

MNR INTERNET GLOBAL, MOY. S1 2018

TARIFS

Nous consulter