aéroport marseille provence

Mariuš

À travers les yeux de Marius, on regarde le monde en tant que lieux de plaisirs nouveaux et de vivre ensemble.

55 000 exemplaires
165 000 lecteurs

Avril
Août
Décembre

- Année de création : 2020 • Éditeur : Aéroport Marseille Provence
- Périodicité : 3 numéros par an (1er avril, 1er août, 1er décembre)
- Pagination : 88 pages entièrement bilingues (français/anglais)

UNE CIBLE PREMIUM

Mariuš

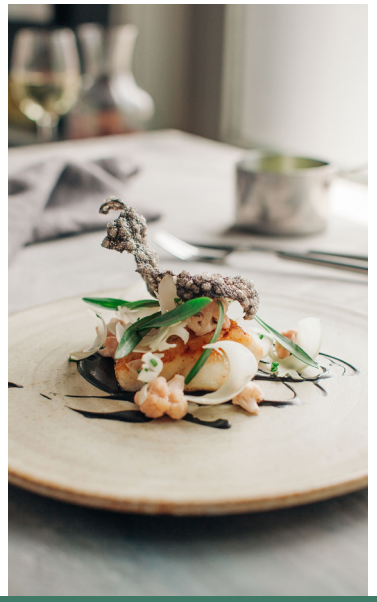
UN AEROPORT QUI GRANDIT

10 M
de passagers

124
destinations

33
Compagnies aériennes

- 200 entreprises
- 4 500 emplois
- 390 salariés
- 2ème aéroport régional en termes de trafic passager
- 1er aéroport en fret express.



UN MAGAZINE HAUT DE GAMME

Un magazine dans l'air du temps

Une première partie faite de découvertes de personnalités émergentes, mode, tendance, lifestyle...

Escapades et destinations insolites

Une série streetstyle

Guide aéroport

UN LECTORAT CAPTIF ET ATTENTIF

- Lectorat intergénérationnel
- CSP+
- Un contexte de lecture favorisant l'attention et la disponibilité intellectuelle des lecteurs.
- Un magazine pour dénicher des adresses et des bons plans.

+ DE 600 POINTS DE DIFFUSION

Mariuš aéroport marseille provence

CLASSE AFFAIRE

- Salles d'embarquement, hall d'entrée,
  commerces de l'aéroport
- Compagnies aériennes partenaires de l'aéroport
- Club des entrepreneurs
- Centres d'affaires, notaires, avocats, immobilier d'entreprise,
  experts comptables, espaces co-working...
- Administrations
  mairies, métropole, Medef PACA...

LIFESTYLE

- Commerces haut de gamme :
  mode, beauté, bijouteries / joailleries, décoration, habitat,
  antiquaires, design...
- Culture & Loisirs :
  galeries d'art, théâtres, musées, opéra...
- Offices de tourisme
- Agences de voyage...
- Beauté & Bien-être...

Photo de Vladimir Yelizarov

RUBRIQUES

JOURNAL DE BORD

Ce dossier comprend :

- Une double page d'ouverture immersive, avec une introduction qui évoque déjà l'ambiance de la destination.
- Trois doubles pages thématiques offrant des regards variés sur la destination, présentés par des « insiders » : non forcément natifs, mais experts du lieu. Ces sujets visent à susciter l'envie de découvrir la destination sous des angles originaux, en évitant les clichés touristiques. Lorsque possible, des liens sont établis avec notre territoire, via des figures locales ou des expatriés.

PASSENGERS

La première partie propose quatre portraits sur double page, reflétant la diversité du territoire et une approche inclusive. Les personnalités, connues ou non, sont choisies pour leur apport local ou leur expérience singulière du voyage.

Chaque portrait adopte un format différent :

- Un portrait avec questionnaire de Proust d'une personnalité reconnue.
- Un Grand Entretien retraçant un parcours de vie.
- Une interview par texto, avec voyageurs ou expatriés liés au territoire.
- « 24h avec... », immersion dans les habitudes d'une personnalité locale.

DESTINATION

Une double page d'ouverture immersive, avec une introduction qui fait déjà ressentir la destination. Trois sujets principaux (double page chacun), vus à travers le regard d'Insiders : des personnes connaissant très bien le lieu mais pas nécessairement natives. Ces angles cherchent à valoriser la destination, à éveiller le désir de la découvrir, tout en évitant les clichés touristiques habituels. Quand c'est possible, des liens sont faits avec notre territoire : un Marseillais exilé, une personnalité locale qui a parcouru la Provence, etc.

CLASSE AFFAIRES

Parler d'un sujet du territoire sous l'angle économique, nouvelle technologie ou innovation sociale dans le but de refléter le rayonnement du territoire.

2 formes possibles :

- Une startup du territoire réunissant plusieurs problématiques, à l'image d'Inclusive Brain dans le mag 9 (innovation technologique, inclusion, handicap, JO...)
- Un sujet plus vaste, permettant de parler de plusieurs talents du territoire (exemples :Marseille, un des plus grands hubs Internet mondiaux / Marseille se fait une place sur grand écran sur le nombre croissant de tournages et shootings / Des sujets mettant en valeur la région sous un angle tech)

ALTIMÈTRE

Le but de cette rubrique est de prendre de la hauteur et de décrypter des phénomènes de société liés au voyage et au tourisme.

Parmi les sujets auxquels nous avons pensé :

- Le home exchange (déjà traité)
- La tendance du no kids (déjà traité)
- Les digital nomads
- Les détox digitales
- Le Set-jetting (le voyage lié aux séries et au cinéma)

Ces sujets doivent être soignés et agréables à lire, avec un ton léger et assumé. Ils peuvent être portés par une plume.

TRAVELISTA

Cette série photo adopte les codes des pages mode pour mettre en avant les passagers dans ce qu'ils expriment de leur singularité à ce moment précis du voyage. Un casting sauvage est organisé sur une journée à l'AMP, sous l'objectif d'un photographe du territoire. Chaque sujet photographié est présenté par son prénom et son lieu de départ ou d'arrivée (avec l'horaire du vol).
L'objectif de ce sujet visuel et fun est l'appropriation du magazine par les usagers de l'aéroport, chacun pouvant, même de loin, s'y reconnaître.

PORTFOLIO

ACCESSORY CHECK
Une série accessoires en forme de layout mettant en avant des produits de marques locales disponibles dans les boutiques de l'aéroport. L'idée est d'utiliser des codes visuels liés à l'expérience du voyage (tapis roulant et bacs des passages sécurité, sacs et valises etc...) pour mettre en scène les produits, qui sont regroupés de façon thématique (type de destination, persona...).
Le set design et les prises de vue sont assurés par des acteurs locaux.

TRAVELOGUE

Cette rubrique tire un des fils chers à AMP : celui de la désaisonnalisation. Elle met en avant des destinations desservies par l'AMP en vol direct (six par numéro, chacune traitée sur une double page), à travers des expériences, et non une liste d'adresses « incontournables ».

On fait un pas de côté afin de promouvoir des lieux à travers un plat, une pratique artisanale, une discipline sportive, une exposition, un lieu emblématique... Ces focus nous servent de portes d'entrée et invitent le lecteur à créer à son tour ses propres expériences, son propre travelogue (carnet de voyages).

VOTRE AÉROPORT

Cette partie en forme de « guide pratique » comprend les infos, bons plans, idées et autres astuces liées à l'expérience dans l'aéroport et la carte des destinations.

L'intention est de faciliter la vie du consommateur/ passager en lui fournissant des informations utiles (pas plus de 4 infos par numéro, en faisant un focus sur les nouveautés ou infos pratiques selon la saison).

EXEMPLES DE PARUTIONS

Mariuš aéroport marseille provence

Page 195 mm X 280 mm

Technique :

• PDF HteDef Quadri (ni RVB, ni Pantone) • Taux d'encrage max. 300% (Profil ISOcoated_v2_300_eci) • Typo minimum corps 8 (mentions légales corps 6) • Éviter le noir quadri ou gris quadri pour les typos, toujours utiliser un noir 100% ou valeur de gris pour les mentions légales et typos fines et/ou de petite taille • 5 mm de bords perdus sur les formats « à la coupe » • Pas de cadre ou de filet de bords sur les formats « à la coupe » • Retrait de tous les éléments sensibles (typos, logos...) sur les formats « à la coupe » : minimum 10 mm • Débords inutiles sur les formats avec blanc tournant