

En octobre 2015, Les Echos osait le défi audacieux de lancer un nouveau magazine de fin de semaine à l'ère du numérique. Comment ? En racontant notre époque sous toutes ses coutures : les histoires du monde en mouvement, les sagas business, la vie culturelle, les tendances de la mode et bien d'autres horizons. Cinq ans après, Les Echos Week-End apporte de nouveaux ingrédients à sa formule.

À l'avant-poste des mutations qui sont à l'œuvre, les Echos Week-End racontera la « révolution responsable » qui influence tous les champs de la société. Plutôt que de créer une rubrique isolée, la rédaction couvrira les sujets de la transformation positive dans toutes les rubriques du magazine : Business stories, Culture, Mode, ...Et moi.

Le traitement éditorial de la partie mode est également repensé afin de découvrir ce qui se cache derrière cette industrie et ce qu'elle représente dans notre société. Chaque semaine, une attention particulière sur les engagements contemporains, sur une tendance ou un mouvement - sera racontée.

De nouveaux rendez-vous sont proposés :

- "L'entrepreneur de la semaine" : Le portrait d'un entrepreneur (mode ou autres) dont l'idée, l'initiative, le business, engage un impact positif sur la société (écologie, sociale, tech, éthique...).
- "L'objet éthique" ou "L'objet à impact" : Une rubrique sur tous les objets désirables (mode, beauté, food, déco...) réalisés dans des conditions responsables et éthiques ou qui auront un impact positif sur la société.
- "Craft & Quality" : Chaque semaine, Gauthier Borsarello, grand spécialiste du vintage et conseiller des créateurs et des magazines de mode internationaux, présente une pièce vintage ou traditionnelle du vestiaire masculin ou féminin de retour dans la tendance.
- "L'inspiration".... : Un face à face en deux temps qui illustre premièrement la forme (une tendance, une collection ou une silhouette) articulé autour des couleurs, des volumes et de l'esprit stylistique. Ainsi qu'une autre partie dédiée au fond, consacrée à la source d'inspiration.
- Mais aussi... Une double analyse ouverte sur les différentes disciplines lifestyle (le tourisme, la joaillerie, la beauté, la mode, la food culture, le vin) selon l'actualité, le contexte et les numéros spéciaux.

Toutes ces évolutions se retrouveront aussi sur le digital où Les Echos Week-End renforcera son **empreinte numérique** sur le site des Echos, sur ses réseaux sociaux et avec le lancement de deux nouvelles newsletters :

- "Good économie" - chaque semaine, elle proposera une sélection éditée d'enquêtes, de portraits, de reportages, portant sur des initiatives et propositions ayant un impact positif sur la planète et la société.
- "Goûts" - Dès la réouverture des restaurants, cette newsletter proposera chaque jeudi une sélection d'articles, de conseils sur la gastronomie.

Pour ce second chapitre, la rédaction accueille aussi **quelques nouvelles plumes** : Dominique SEUX, Directeur délégué de la rédaction des Echos, Laurent GUEZ, Directeur éditorial Food au Groupe Les Echos-Le Parisien, Béline DOLAT, Conseil Editorial et Directrice de la Mode du magazine Les Echos Week-End.

Cette évolution s'inscrit dans la **dynamique de croissance** des Echos. Pour la 9^{ème} année consécutive, sa **diffusion est en hausse**, à près de 140 000 exemplaires.

Enfin, Les Echos Week-end se dote d'une nouvelle signature de marque qui exprime l'essence même de sa promesse : *Tout le plaisir d'être curieux*. Une campagne de communication est déployée en presse, en affichage et sur le digital.