

Capital se réinvente pour réconcilier les Français avec l'économie

Capital, 1^{ère} marque d'information économique en France, repense son écosystème média avec une nouvelle version de son site Internet, une nouvelle formule de son magazine et des nouveaux programmes sur les réseaux sociaux. Son ambition : réconcilier les Français avec l'économie pour la rendre attractive, accessible et pertinente au quotidien.

Malgré l'impact de l'économie sur leur vie, les Français se sentent parfois désemparés, peu concernés ou exclus par les questions économiques et financières. En effet, selon un sondage CSA Capital réalisé en avril 2024, moins d'un Français sur deux connaît le taux d'intérêt actuel en France pour un crédit immobilier sur 15 ans. Seuls 25% des Français connaissent le montant du salaire médian.

Un paradoxe, quand on sait à quel point l'économie est au cœur des préoccupations des ménages. Ainsi, la mission de Capital, acteur de référence de l'information économique depuis 1991, n'a jamais été autant d'actualité : décomplexer vis-à-vis de l'économie et redonner l'envie de la comprendre, de la décrypter.

“Pour ce nouveau Capital, nous sommes revenus aux racines de la marque, à savoir informer et décrypter l'actualité économique en produisant des contenus accessibles à tous, sur tous les supports. Capital démocratise l'univers de l'argent et accompagne celles et ceux qui souhaitent prendre en main leur éducation financière. Notre mission est de coacher les citoyens consommateurs dans leur rapport à l'argent. Les aider à comprendre le monde pour être acteur de leur vie personnelle, jusque dans la gestion de leur budget”, explique Elodie Mandel, Directrice des rédactions économiques de Prisma Media.

Une information économique unique accessible et attractive

S'informer avec plaisir, pour ne pas subir l'économie, tel est le pari éditorial de Capital, qui adapte son offre pour proposer des clés de compréhension et les moyens d'agir avec des formats pédagogiques, inspirants et ludiques.

D'abord, Capital élargit son traitement à de nouveaux territoires éditoriaux pour aborder tous les sujets qui touchent les lecteurs : Sport Business, Environnement, Tech, Lifestyle, International, Local, Vie pro, Conso... Ce traitement est également enrichi par des formats ludiques comme la Datavisualisation, des Lives sur le site Internet et des synthèses écrites et audio pour permettre d'aller à l'essentiel de l'actualité.

De nouveaux chroniqueurs et ambassadeurs emblématiques sont aussi associés à la ligne éditoriale pour donner vie aux partis pris de la rédaction avec notamment Catherine Barba, entrepreneuse, Mathieu Louvet, YouTubeur spécialisé dans la finance, Fleur Pellerin, ex-ministre et dirigeante-fondatrice du fonds d'investissement Korelya, Alexandre Mars, entrepreneur social et philanthrope, et Marion Darrieutort, fondatrice du cabinet d'influence The Arcane.

À propos de Prisma Media

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 Media¹. 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. [Site prismamedia.com](https://www.prismamedia.com) / [Linkedin](#) / [Instagram](#) / [X](#) / [Daily Motion](#)

« Avec cette nouvelle formule, Capital étend son territoire d'expression pour donner les clés de compréhension d'un monde qui n'a jamais été aussi complexe et changeant, percuté notamment par la démocratisation de l'intelligence artificielle. Nos lecteurs pourront retrouver tout le savoir-faire et l'expertise de la rédaction de Capital, de manière augmentée et adaptée à l'ensemble de leurs usages grâce à une stratégie digitale ambitieuse. Nous confirmons ainsi notre position de leader de l'information économique en ligne », **insiste Emmanuel Botta, Rédacteur en chef de Capital.**

Des supports renouvelés pour une offre d'information diversifiée

Leader français de l'information économique en audience mensuelle avec plus de 10 millions d'utilisateurs², Capital améliore l'expérience utilisateur de son site, simplifie son rubricage afin de mieux hiérarchiser et mettre en valeur ses contenus. Le design web évolue vers une proposition plus ergonomique, tandis que le magazine mensuel connaît une évolution sans précédent dans le fond comme dans la forme.

Montée en gamme, nouveau logo, nouveau chemin de fer, nouvelle maquette, le magazine propose de prendre du recul sur l'actualité effervescente à travers des formats narratifs divers pour des temps de lecture approfondis : grand dossier, thématiques, interviews, datavisualisation, portraits, guides.... Le magazine est désormais organisé autour de six grandes rubriques : le Mois Capital, les Coulisses du business, les Mondes de demain, le Grand Dossier, le Guide et Lifestyle.

Capital renforce également sa présence sur les réseaux sociaux, avec l'enrichissement de sa chaîne TikTok et des nouveaux programmes sur Instagram tels que "Pionnières" pour parler du leadership au féminin, et "Capital vous répond" qui propose des formats de vulgarisation pour répondre à des questions du quotidien en matière d'économie.

Pour accompagner ce relancement historique de la marque, Capital déploie pour la première fois chez Prisma Media une campagne de communication presse et affichage produite avec l'intelligence artificielle et réalisée par l'agence Havas Paris.

« Nous opérons un relancement complet de la première marque économique des Français. Capital réaffirme sa mission, celle de rendre l'économie captivante pour tous. Avec plus de 10 millions de Français touchés chaque mois, Capital est un actif phare de Prisma Media, premier groupe bimédia de France, et se réinvente avec force », **déclare Pascale Socquet, Directrice Générale de Prisma Media.**



Retrouvez le nouveau Capital en kiosque et en ligne à partir du 25 avril

Contacts presse

Havas Paris
Louis André
louis.andre@havas.com
06 49 44 14 02

Prisma Media
Frédéric Vallois
Directeur de la communication externe
fvallois@prismamedia.com

Adeline Desdoit
Directrice du Hub Communication
adesdoit@prismamedia.com