



Azureva détourne les codes de la presse féminine avec « Lâcher Prise », son tout nouveau magazine lifestyle

Pour parler des vacances autrement, Azureva, la référence des vacances familiales en France, a imaginé un magazine lifestyle décalé, inspiré des codes de la presse féminine. Au programme : tests, horoscope, mode, beauté, food, bien-être, sport, culture et destinations... le tout avec une énorme dose de second degré ! Une prise de parole inédite pour la marque. L'objectif ? Créer du lien avec son cœur de cible, en parallèle de sa communication directe sur ses villages et résidences.



Lancer un magazine que personne n'attendait. Tel est le pari d'Azureva avec **Lâcher Prise**, un nouveau magazine lifestyle parodique qui détourne avec humour les codes de la presse féminine. Pensé comme une vraie publication éditoriale, *Lâcher Prise* s'adresse directement au cœur de cible d'Azureva – les mamans de 30 à 50 ans avec des enfants de 6 à 12 ans. Exit les codes traditionnels de la communication touristique. Pas d'arguments commerciaux ni de catalogue déguisé ! Alors qu'elle fête cette année ses 75 ans d'existence, l'enseigne bien connue des Français choisit de s'effacer pour mieux créer de la proximité.

Du magazine féminin... mais pas tout à fait

Lâcher Prise reprend résolument les grands marqueurs de la presse féminine : tests de personnalité, horoscope, tendances mode, beauté, bien-être, recettes, shopping, culture, sport et lifestyle. Mais ici, chaque rubrique est passée au filtre de l'humour et de l'expérience très particulière des vacances à la montagne. Dès la couverture, le ton est donné : *Astroglagla*, *Fashion week des cimes* ou *Détox à la tartiflette*. Sans complexes et sans filtre, le magazine revendique ses « vraies rubriques », ses « fausses pubs », son parti-pris loufoque et ses montagnes de second degré.

Parmi les contenus proposés :

- Test de personnalité « Quelle maman des neiges êtes-vous ? » : tout pour découvrir son profil de vacancière, de la « Ski-Master » performante et ultra-organisée à la « Yolo-des-Neiges » en roue libre et joyeusement déjantée.
- Mode et beauté avec quelques pépites à ne pas manquer : la doudoune « Dont-On-Ne- Prononce-Plus-Le-Nom » (6 doudounes que vous ne retrouverez pas sur les pistes) à l'astuce bonne mine « stick à lèvres goût Reblochon des Alpes ».
- Food & gourmandises : Protéines, lipides, glucides, raclette... les 4 piliers de la nutrition selon la Savoie.
- Culture et vie de famille : avec notamment le « top 10 des gadgets totalement inutiles mais 100% indispensables », « les choses à ne pas ramener de ses vacances d'hiver » et la réponse à la question qui déchire les familles : « Piège de Cristal » est-il, oui ou non, un film de Noël ?

À première vue, tout est beau : une couverture qui en jette, des rubriques qui accrochent, une mise en page léchée. Sous la surface, le résultat est volontairement hybride et décalé ! Si *Lâcher Prise* est un magazine que l'on peut feuilleter comme une publication lifestyle, l'ensemble des contenus ramène, avec humour, à l'expérience réelle des vacances d'hiver en famille. Une prise de parole plus conversationnelle, plus incarnée et plus complice qui traduit une évolution de la communication de la marque.

Une nouvelle porte d'entrée pour créer du lien avec la marque

Avec *Lâcher Prise*, Azureva s'invite dans un univers éditorial, la presse féminine, que son cœur de cible connaît bien. L'objectif ? Lui proposer un moment de divertissement et de complicité. Car derrière ce parti pris créatif se trouve une conviction : la meilleure façon de parler de vacances n'est pas forcément de parler immédiatement de ses offres. Plutôt que de mettre la marque au centre de chaque page, elle se glisse dans l'univers du magazine de façon naturelle, au fil des contenus et des références à la vie en village vacances.

L'enjeu est également de casser l'image parfois très « carte postale » des vacances. Comme l'explique David Costarigot, Responsable Marketing & Communication d'Azureva, « *Avec Lâcher Prise, nous avons envie de parler des vacances d'hiver autrement, avec humour et autodérision. Les vacances en famille sont rarement aussi parfaites que dans les magazines : il y a les valises, les enfants, la météo, les imprévus... mais c'est souvent là que naissent les meilleurs souvenirs. Ce magazine est une invitation à relâcher la pression et à retrouver le plaisir simple des vacances partagées.* »

C'est précisément cette réalité, imparfaite mais authentique, qu'Azureva choisit de mettre en scène. Une vision volontairement conviviale et décomplexée des vacances, qui rejoint l'idée défendue par Azureva : les moments que l'on n'oublie pas ne naissent pas nécessairement des vacances parfaites, mais de tous ces petits imprévus qui sont autant d'histoires à raconter.

Un nouveau territoire éditorial multicanal

Lancé en octobre 2026 à l'occasion des vacances de la Toussaint, *Lâcher Prise* existe en version digitale et en version imprimée, avec un premier tirage de 20 000 exemplaires. Le magazine est diffusé avec la brochure hiver 2026/27 d'Azureva et mis à disposition sur le site de la marque. Distribué dans les villages vacances, il est également relayé sur les réseaux sociaux. Une stratégie de diffusion multicanale qui permet au contenu de toucher les publics à différents moments de leur parcours, de la découverte digitale à la lecture papier, jusqu'à l'expérience en village vacances.

Cette première édition hivernale a vocation à installer *Lâcher Prise* comme un nouveau territoire d'expression pour Azureva. Un numéro été est d'ores et déjà en préparation, avec l'ambition de prolonger le concept et de décliner ses codes éditoriaux au fil des saisons. Avec ce projet, Azureva revendique finalement une approche simple : une marque touristique qui préfère faire sourire son audience avant de lui parler de vacances.

***Lâcher Prise* en bref**

32 pages de bonne humeur, de fous rires et de mauvaise foi assumée

Lancement : octobre 2026, pour les vacances de la Toussaint

Format : magazine digital + édition imprimée

Tirage print : 20 000 exemplaires

Diffusion : avec la brochure Azureva, sur le site Azureva, dans les villages vacances et sur les réseaux sociaux

Prochaine édition : numéro été 2027 en préparation

Consultation en ligne : <https://www.azureva-vacances.com/fr/magazine-lacher-prise/hiver/>

[Télécharger les visuels du magazine](#)

À propos d'Azureva

Depuis sa création en 1951, Azureva, le spécialiste des séjours en France, ne cesse de se renouveler pour adapter son offre aux vacanciers, à la recherche d'expériences personnalisées à des tarifs accessibles. Avec 75 ans d'expériences, Azureva évolue en affirmant ses valeurs d'origine : partage, authenticité, découverte et convivialité. Azureva compte aujourd'hui 31 destinations et 42 établissements. Son catalogue réunit 7 destinations à la mer, 12 à l'océan, 10 à la montagne et 2 à la campagne. Ces adresses au cœur des plus belles régions de France sont adaptées à toutes les envies, pour des séjours loisirs ou affaires. Plus d'informations sur : www.azurevavacances.com

--

Contact presse : HELLO LA COM'

Sandra Pacheco Messibah – Lily Jeanne

sandra@hellolacom.com – 06 21 61 68 11

lily@hellolacom.com – 07 45 04 72 29

HELLO LA COM'

Relations presse & Influence