



**MONDADORI**

## **GRAZIA FRANCE, UN ANNO DI SUCCESSI**

Parigi, 9 settembre 2010 – Mondadori France ha lanciato *Grazia* in Francia un anno fa, il 29 agosto 2009: una nuova testata up-market che - in linea con la strategia di innovazione e crescita della casa editrice - ha arricchito il mercato dei periodici femminili francesi, diventandone presto un nuovo punto di riferimento.

Mondadori France ha creato con *Grazia* un nuovo settimanale femminile di alta gamma, diverso e con uno stile immediatamente identificabile.

Beneficiando dell'esperienza internazionale del Gruppo Mondadori e forte di un brand presente oggi in 16 paesi, *Grazia* ha fatto il suo ingresso nel mercato francese, introducendo un concept editoriale originale, che mescola notizie di attualità, celebrities, moda, bellezza e cultura. Gli eccellenti risultati conseguiti dal magazine confermano, a un anno dalla sua nascita, la validità dell'identità di *Grazia*, quale "news fashion magazine": una formula fortemente apprezzata dal pubblico di lettrici tra i 25 e i 44 anni, attive, metropolitane, indipendenti, appassionate di attualità, moda, nuove tecnologie e con un forte potere di acquisto.

### **Diffusione:**

Dal suo lancio a oggi *Grazia* France ha raggiunto una diffusione media di 177.360 copie a settimana (OJD/dsh 2009-2010): +11% rispetto all'obiettivo dichiarato di 160.000 copie.

### **Sito internet *Grazia*.fr:**

910.000 visitatori unici con 5 milioni di page view (Fonte: Nielsen, giugno 2010).

### **Applicazione per iPhone:**

71.000 app scaricate dal lancio dell'applicazione nel febbraio 2010.

### **Raccolta pubblicitaria:**

1.600 le pagine pubblicitarie complessive raccolte sui primi 52 numeri del giornale (con una media di 30,8 pagine medie a settimana): +60% rispetto all'obiettivo iniziale di 1.000 pagine.

*Grazia* France ha ricevuto il consenso unanime degli investitori, con un portafoglio clienti rappresentato per il 63% da inserzionisti up-market. Un successo che ha fatto evolvere anche la composizione complessiva dei ricavi pubblicitari di Mondadori France, di cui il 22,4% è oggi rappresentato dal settore dell'alto di gamma (rispetto al 6,5% del 2009).

### **Innovazione**

La strategia del Gruppo è quella di rafforzare il proprio portafoglio di testate storiche e ad alta diffusione, tra cui *Télé Star*, *Closer*, *Science & Vie*, *Auto Plus*, *Biba*, *Nous Deux*, *Modes & Travaux* e *Top Santé*, grazie a un costante rinnovamento dell'offerta editoriale e a un'attenta politica di marketing.

Fatti di rilievo degli ultimi mesi:

- il mensile ***Biba*** ha registrato la crescita più significativa del suo settore di riferimento: con un +5,1% nel primo semestre dell'anno, il magazine ha superato le 300.000 copie diffuse. Un successo che si traduce in un incremento del 44% rispetto alla performance dei quattro anni precedenti. I ricavi pubblicitari sono migliorati nei primi sette mesi del 2010 del 30%.

**COMUNICATO STAMPA**

- Per il secondo anno consecutivo il settimanale **Closer** si è confermato leader incontrastato del settore people: +10% il numero delle pagine pubblicitarie raccolte rispetto al 2009, con un incremento della quota di mercato di 2,8 punti percentuali.
- La nuova formula del mensile **Modes & Travaux** - lanciata lo scorso giugno - ha ottenuto un successo eccezionale, con una crescita delle diffusioni del 30% rispetto ai mesi precedenti il rilancio.
- Con 15 milioni di copie vendute ogni anno, **Nous Deux** continua a raccogliere grande favore di pubblico, grazie al rafforzamento e al rinnovamento della testata. Tra le iniziative di maggior successo: la serie di dodici romanzi inediti venduti in allegato al settimanale, la pubblicazione di cinque numeri speciali e il lancio di "Miss Nous Deux" nel mese di giugno. La solidità del marchio *Nous Deux* rappresenta un vero punto di forza per il Gruppo.
- Dopo il lancio della nuova formula, il magazine **L'Auto-Journal** ha visto le diffusioni in progressione del 16% nel periodo gennaio/luglio 2010.

### **Primo semestre 2010: commento ai risultati**

Nei primi sei mesi dell'anno Mondadori France ha conseguito un fatturato di 168,4 milioni di euro, in crescita del 6,6% (a perimetro costante, escludendo i titoli non più in portafoglio e includendo *Grazia*) rispetto al primo semestre 2009, grazie alla buona tenuta delle diffusioni (+5,3% a perimetro costante) e, soprattutto, al significativo incremento dei ricavi pubblicitari (+21,1%), derivante principalmente dal successo di *Grazia*.

In forte miglioramento anche il margine operativo lordo, a quota 16,4 milioni di euro (+35% rispetto ai 12,2 milioni di euro del primo semestre 2009), pari al 9,7% del fatturato complessivo.

**Mondadori France** è in termini diffusionali il terzo editore di magazine in Francia, con un portafoglio di 28 testate, tra cui *Télé Star*, *Closer*, *Science & Vie*, *Auto Plus*, *Biba*, *Top Santé*, *Nous Deux* e *Modes & Travaux*.

Con circa 200 milioni di copie complessive, Mondadori France pubblica tre delle riviste consumer più diffuse in Francia: *Télé Star*, *Télé Poche* e *Pleine Vie*.

La società si è distinta nelle ultime due edizioni del concorso "Magazine de l'Année", organizzato in Francia dal Syndicat de la Presse Magazine et d'Information (SPMI), aggiudicandosi ben quattro premi nel 2010 (tra cui "miglior nuovo magazine" conferito a *Grazia France*; "miglior magazine people" a *Closer*; "miglior magazine passion" a *Réponses Photo*; e "miglior magazine televisivo" a *Télé Star*) e cinque riconoscimenti nel 2009, tra cui quello di "miglior magazine dell'anno".

Con circa 1.000 dipendenti, Mondadori France ha registrato nel 2009 un fatturato complessivo di 343,5 milioni di euro.

Ufficio stampa Mondadori  
Tel. +39 02 75423159 - Fax +39 02 75423637  
email: [rapportistampa@mondadori.it](mailto:rapportistampa@mondadori.it) - [www.mondadori.it](http://www.mondadori.it)