

IN EDICOLA IL NUOVO **COSMOPOLITAN**:

NUOVA FORMULA E NUOVO FORMATO PER ESSERE PIU' VICINO ALLE LETTRICI

Dal 12 febbraio si rinnova il mensile diretto da Annalisa Monfreda

Tutta nuova anche la community del sito cosmopolitan.it

Segrate, 10 febbraio 2011 – **Cosmopolitan**, il mensile Hearst-Mondadori diretto da Annalisa Monfreda, arriva in edicola sabato 12 febbraio completamente rinnovato.

Il nuovo *Cosmo* cambia a partire dal formato: infatti diventa più **grande** (21,5x 28,5), mettendo in primo piano le immagini, le idee e i contributi delle lettrici. Il progetto grafico coniuga colore ed eleganza, mentre il **linguaggio fotografico** è più ricercato e capace di parlare alle lettrici in modo ironico, personale, identificativo.

Il nuovo *Cosmo* si conferma il punto di riferimento per le giovani donne dai 25 anni in su: un magazine che accompagna le donne nel passaggio verso l'età adulta, con uno **sguardo divertente** ma autentico, in grado di affrontare qualsiasi tematica, pur continuando a delineare una way of life all'insegna del piacere e dell'autoironia.

Il rapporto con se stesse e con gli uomini, la moda, la bellezza il lavoro, la tecnologia, la salute, i viaggi e il divertimento restano al centro del mondo *Cosmo*. Con la differenza che vengono approfonditi da punti di vista insoliti, merito anche della penna ironica di giovani scrittori come Federica Bosco, Chiara Cecilia Santamaria, Paolo Maddeddu e Micol Beltramini.

«Siamo tornati alle radici di *Cosmo*, riscoprendo il significato delle tre parole che da sempre accompagnano il brand in oltre 60 Paesi del mondo: **fun, fearless, female**», spiega il direttore **Annalisa Monfreda**. «*Fun* è il divertimento che ci guida nella scelta e nel trattamento dei temi; *fearless* il coraggio che mettiamo nel raccontare le storie con trasparenza e sincerità; *female* sta per femminile, ossia il nostro punto di vista sul mondo», ha concluso Monfreda.

Nella nuova formula del mensile l'**attualità** offrirà uno spunto di riflessione sui fenomeni contemporanei e i cambiamenti negli stili di vita delle lettrici. Un'attenzione sempre maggiore sarà inoltre rivolta al mondo delle **celebrities** e alle curiosità che lo caratterizzano. Le sezioni **moda** e **beauty** manterranno uno spazio di grande rilievo, saranno ispirate alle novità e dalle tendenze emergenti senza rinunciare al ruolo di "coaching" per le lettrici.

Il nuovo *Cosmo* cambia con l'obiettivo di crescere anche online grazie al lancio della **nuova community** del sito www.cosmopolitan.it (300.000 utenti unici e 2,6 milioni di page views al mese, Fonte Nielsen, Site Census). Le lettrici di *Cosmo* avranno uno spazio digitale in cui tenersi sempre aggiornate, creare un proprio blog, pubblicare foto, creare gruppi di discussione, scambiare messaggi privati, chiacchierare nei forum, chattare, divertirsi con il dress-up.

Sul fronte della raccolta pubblicitaria **Angelo Sajevo**, Presidente e Amministratore Delegato di Mondadori Pubblicità, non nasconde la propria soddisfazione: "Sono passati poco più di due mesi dalla presentazione al mercato del nuovo *Cosmopolitan* e le reazioni positive non si sono fatte attendere. L'interesse degli utenti pubblicitari è andato oltre le aspettative: segnale che la nuova formula funziona e che i clienti hanno ritrovato nel giornale le caratteristiche di un prodotto di successo. Il nuovo formato, i nuovi contenuti, l'immagine fotografica e la rinnovata attenzione ai settori di moda e cosmetica ci hanno permesso di avere un overbooking sui primi numeri del rilancio e una previsione molto positiva sui prossimi", ha concluso Sajevo.

A sostegno del lancio del nuovo *Cosmo* è stata pianificata una campagna su più mezzi: TV (Mediaset, Sky, digitale), stampa (magazine Mondadori), web, social network e punti vendita.

I primi due numeri del nuovo *Cosmopolitan* avranno una tiratura eccezionale di circa 300.000 copie, ad un prezzo di copertina promozionale di € 1.