



GRAZIA: NUOVA OGNI VENERDI'

Più moda, più bellezza e attualità live anche su Grazia.it

Segrate, 15 Ottobre 2012 – **Grazia**, il settimanale diretto da Vera Montanari, da venerdì 19 ottobre cambia. Diventa più 'settimanale', più femminile, più connesso, più sorprendente. A partire dal new look grafico per arrivare ai nuovi format, alle interviste cult (sentimentali, 'invidiose', a domicilio, sul set), alle storie vere (ma da film), alle inchieste tabù, alla moda 'linkata' con la bellezza. Conservando però il dna inconfondibile che l'ha reso punto di riferimento per lo stile e l'eleganza tra i magazine femminili anche internazionali, con 20 edizioni nel mondo.

Moda e beauty, stili e tendenze, da sempre punto di forza di *Grazia*, saranno arricchiti, mixati tra loro e con l'attualità. Lo shopping diventa ultra shopping: le pagine si moltiplicano, corrono lungo il giornale, dalle news alle vetrine, dalle interviste ai dossier. Per ispirarsi, giocare, cambiare e soprattutto sognare. Il nuovo *Grazia* non mette in comunicazione solo moda e make-up ma anche **accessori e design**, bellezza e attualità, personaggi e persone.

Tre parole per riassumere il nuovo *Grazia*? Per il **direttore Vera Montanari** sono: “**Energia**: noi donne siamo piene di energia. E ne abbiamo tanto bisogno. La seconda parola è **Emozione**, perché è ciò che conta di più nella vita. Bisogna toccare il cuore della gente, lasciare un segno, commuovere o divertire, anche nelle pagine di moda o di bellezza. L'ultima parola è un po' classica, ma c'entra molto con noi ed è **Stile**. *Grazia* ce l'ha, è un suo tratto distintivo”.

Grazia è anche **attualità** e l'obiettivo è “diventare un quotidiano che esce tutte le settimane”, continua il direttore. Oltre alle **Fast News** - con il meglio della settimana - , ci saranno dossier sui temi che accendono il dibattito, interviste 'cortocircuito', '24 ore con' e sondaggi; e ancora film, libri, indirizzi, case- ispirazione, guru. Tutto con una rilettura al femminile della realtà.

Video interviste, contenuti extra, sondaggi in presa diretta, riunioni di redazione in streaming: sarà sempre più forte il link con **Grazia.it** (840.000 utenti unici medi al mese) - i suoi blog, la pagina Facebook (78.200 fan) e l'account Twitter (quasi 16.000 followers), che sono gli spazi virtuali per un dialogo no stop della community del giornale.

Attraverso il sito anche le lettrici diventeranno protagoniste. Partecipando, condividendo idee e consigli, raccontando le loro storie, rispondendo ai sondaggi online o inviando domande da fare ai loro personaggi preferiti.



Il lancio del nuovo *Grazia* è sostenuto da una campagna di comunicazione della durata di quattro settimane pianificata su stampa, web e radio, che invita a scoprire il nuovo magazine.

La campagna **stampa**, ideata dal duo creativo Franz Degano e Alessandro Omini, rispettivamente art director e copywriter, è declinata su quattro soggetti: moda, celebrities, beauty e attualità, che rappresentano le diverse anime del mondo di *Grazia*.

In occasione del primo numero del nuovo *Grazia* è stato inoltre ideato **Play Grazia**, il gioco **online** a risposta multipla, a cura dell'agenzia Adverteam, rivolto alle lettrici che vogliono mettere alla prova la propria conoscenza del mondo del fashion. Per giocare basterà cliccare sul banner della campagna web di *Grazia.it* e rispondere a 5 domande tra quelle proposte durante le 4 settimane della campagna: la persona che darà il maggior numero di risposte corrette nel minor tempo verrà eletta "Fashion Queen" e verrà celebrata sulla pagina Facebook di *Grazia.it*. La campagna web si sviluppa inoltre con banner sui principali siti femminili, di informazione e sui social network: attraverso domande curiose la lettrice può scoprire la risposta leggendo il settimanale.

Inoltre su tutte le principali emittenti **radio**, gli ascoltatori verranno invitati a scoprire i contenuti del nuovo numero del magazine in edicola. La campagna di comunicazione toccherà anche il circuito edicola con locandine e shopper brandizzate, aeroporti e stazioni ferroviarie.