

Le nouveau magazine GRAZIA arrive en kiosque demain

*Une nouvelle édition print,
dédiée au « luxe du temps pour soi »*

Grazia, marque media synonyme d'impertinence, de style et d'avant-garde, se dévoile demain, mercredi 14 octobre. Une édition totalement nouvelle, à la périodicité repensée (quatre éditions par an) et à l'ADN 100% Grazia : du style dans les idées, et des idées dans le style !



Une nouvelle édition qui se veut unique, un magazine objet à savourer dans le temps

Grazia est « le magazine du présent pour lequel on prend le temps ».

Le magazine Grazia, synonyme de liberté, d'audace et de style, apporte aujourd'hui à ses lectrices le vrai luxe du temps pour soi. Il se positionne en accord parfait avec la « femme Grazia » : lectrice de 30-45 ans, ancrée dans le présent, urbaine, curieuse, connectée et ultra dynamique... mais qui, aujourd'hui plus que jamais, souhaite avoir aussi du temps pour elle, pour vivre des émotions, saisir le moment et savourer l'instant.

Grazia opte ainsi pour une **ligne rédactionnelle innovante, avec entre autres de longues plages de lecture**, des productions de mode et de beauté originales, des signatures, des reportages,... Il se caractérise aussi par **une ligne graphique sophistiquée** et une maquette aérée, moderne, qui fait la part belle au texte et à l'image.

Dans ce numéro en kiosque, d'environ **200 pages, au papier et à l'impression très haut de gamme**, les lectrices trouveront **nombre de rubriques inspirantes** avec :

-Au chapitre « **Essentiels** », un panorama de tout ce qui fait la saison : art, déco, culture, design, tendances, ainsi que des Persona Grazia, rubriques historiques du magazine.

-Les pages « **Magazine** » sont aussi dédiées à la **création et à l'engagement** : une masterclass avec Christelle Kocher, une plongée dans l'univers d'Emily Adam Bode, l'histoire fascinante d'Isadora Duncan...

-La séquence « **Mode** » a été réalisée par des photographes et des stylistes signatures de Grazia : Andoni et Arantxa, Jette Stolte, Tamara Taichman et Elissa Castelbou.

-Dans la rubrique **Beauté**, une enquête sur une nouvelle tendance, synonyme de retour aux sources, le made in local...

-Enfin, il s'agit aussi de « **Vivre autrement** » : un city guide sur le nouveau Marseille, une découverte de la planète food arty, mais aussi plein d'idées pour changer ses habitudes et découvrir d'autres modes de vie. En dernière page du magazine, une Fable inédite de l'écrivaine et journaliste Sophie Fontanel.

-Ce numéro comporte aussi un cahier spécial des articles traduits en anglais.

« Grazia est par nature une marque media en mouvement et le montre aujourd'hui avec sa transformation print. Dans un monde qui change, un monde où les usages digitaux se sont accélérés, où les modes de consommation sont transformés, l'édition du magazine a su s'adapter au comportement de ses lectrices. Avec optimisme et style, il donne à décrypter, à se divertir et à réfléchir à travers une nouvelle édition qui se veut slow life et intimiste. Ce magazine est à la fois le plus bel étendard de la marque et, un complément à une relation digitale de plus en plus marquée au quotidien avec ses lectrices » - Véronique Philipponnat, Directrice de la rédaction.

Le magazine « emblème » d'une marque media moderne, fortement digitalisée

Grazia renforce ses fondamentaux avec un magazine objet, dans ses codes et à longue durée de vie, tout en développant une présence digitale à grand succès.

Grazia n'a jamais autant parlé à ses lectrices et, ultra connectée, la « Femme Grazia » s'y retrouve !

Elle profite de programmes vidéo inédits tels que « G tout vu » ou « Défi dressing », de lives shoppables, de podcasts - « Grazia en mode détente », « La petite histoire de... »...- et, d'animations multiples sur les réseaux sociaux telles que « L'itinéraire d'une fille stylée » ou « La calculette couture ».



Dans le social, la marque compte **plus de 700 000 abonnés à ses réseaux** à fin septembre.

Et en audience, c'est un **nouveau record pour Grazia qui bondit de +25% en 1 mois, atteint 2,7 millions de Visiteurs Uniques** à fin août et se positionne au 4^{ème} rang des sites media féminins haut de gamme¹.

Grazia est l'une des marques les plus mobiles avec plus de **88% de l'audience réalisée sur le mobile, soit 10 points de plus que la moyenne** de son univers de concurrence.

Grazia monte en puissance dans le digital, portée par des investissements stratégiques, une créativité incessante et de l'ambition.

Plus que jamais à 360°, la marque Grazia rayonne dans l'instantanéité, les expériences, la conversation, l'émotion et désormais... le luxe du temps pour soi.

Un lancement soutenu, un dispositif de communication fort

- **Collaboration exceptionnelle avec le groupe Accor** : une distribution sélective d'exemplaires dans plus de 40 hôtels prestigieux - Pullman, Mgallery, Sofitel - dans toute la France
- **Campagne d'affichage** : affichage grand format, presse et digitale (sites web et engagement sur les réseaux sociaux du groupe Reworld Media)

Grazia en kiosque le 14 octobre

Au prix de 6,90 €

Tirage de 80 000 exemplaires

4 éditions en 2021 : mars, mai, septembre, novembre



A propos de Reworld Media :

Reworld Media est un groupe international en développement sur le marché BtoC via la production de plateformes de contenus, de services et de marques et, sur le marché BtoB via l'édition de solutions AdTech. Le groupe produit d'une part des contenus multi-support (web, print, vidéo, audio, TV) et des services d'abonnements qui sont déployés sur ses 45 marques media propriétaires (Science & Vie, Grazia, Marie France, Maison & Travaux, Auto Plus, Gourmand, Top Santé, Télé Magazine...) présentes dans 6 univers clés. Il développe d'autre part une offre de monétisation d'audience à forte valeur ajoutée pour les marques annonceurs, comprenant performance, brand content et publicité programmatique. Fondé en 2012, Reworld Media est devenu le leader français des médias thématiques et est classé à la 5ème place du FW500 (classement des entreprises de la Tech française). Le groupe totalise un chiffre d'affaires annuel proforma de 462 M€, est présent dans 11 pays et compte 970 collaborateurs. Euronext Growth Paris - www.reworldmedia.com

Contact media : PCE - Ségolène de Saint Martin – 33 (0)6 16 40 90 73 - sdestmartin@p-c-e.fr

¹ Source MNR août 2020