

GRAZIA

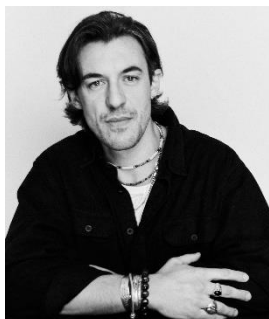
Communiqué de presse – 12/12/2024

LE MAGAZINE GRAZIA DE RETOUR DANS LES KIOSQUES LE 6 MARS 2025 Marin Laborne, nommé Directeur Artistique de la marque Marie Moreau, nommée Lead Social

La marque Grazia, qui fête ses 15 ans après son lancement en 2009 en France, reviendra en print dès 2025 avec 2 numéros exceptionnels, dont le premier sortira le 6 mars.

Une nouvelle ligne artistique sous la direction de Marin Laborne

Avec l'ambition de proposer un écrin dédié au style, au lifestyle et aux talents qui font l'époque, Grazia confie sa direction artistique à **Marin Laborne**. Il signe aujourd'hui pour la marque une identité visuelle contemporaine et crée la charte graphique du nouveau magazine print.



Marin Laborne - Directeur artistique

Directeur artistique et photographe de mode, depuis près de dix ans Marin Laborne exerce son talent auprès de maisons de luxe (Jaeger-Lecoultre, Bvlgari et Messika...) comme de marques grand public (Zadig&Voltaire, Etam, Nike, The Kooples...) pour lesquelles il est amené à photographier les plus grands top models (Kate Moss, Kendall Jenner, Bella et Gigi Hadid ou Victoria Cerretti). Diplômé de l'ESAG Penninghen, il a également collaboré au magazine LUI.

Un renforcement Premium sur les réseaux sociaux

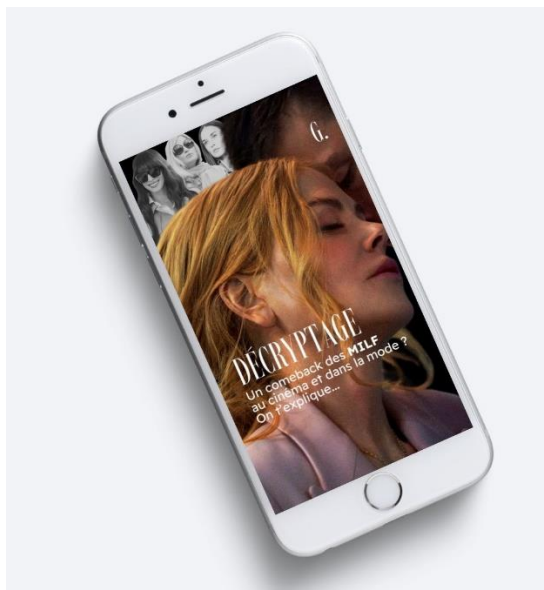


Marie Moreau - Lead Social

L'empreinte graphique de Grazia se renouvelle sur les réseaux sociaux faisant écho aux **formats interactifs et au design original de la nouvelle édition de GRAZIA magazine**.

Cette évolution est portée par la création d'un pôle social média Premium sous la responsabilité de **Marie Moreau, récemment nommée Lead Social** en charge des marques Grazia, ICON et Fraîches. Diplômée d'un master en journalisme presse mode-culture-lifestyle (IEJ, 2019), Marie a pris ses nouvelles fonctions en novembre dernier après six ans d'expertise acquise en agence et médias (Marmeladz, groupe Marie Claire).

Avec Manon Le Roy Le Marrec, journaliste responsable social media, elle vient renforcer le positionnement Premium de ces marques sur les réseaux tout en développant l'engagement sur les contenus.



Grazia à suivre :



L'ensemble des plateformes digitales et sociales de Grazia s'alignent autour d'une même vision inspirée par les valeurs de la marque : un regard curieux, un ton décalé et une célébration des talents de notre temps.

Elles évoluent parallèlement à la croissance de leurs audiences qui compte plus de **1M de followers** (TikTok, Instagram, Facebook), **11M de vues cross-plateforme*** et **3,5 M de visiteurs uniques mensuels sur Grazia.fr.**

Grazia accélère et innove dans le digital à travers des contenus exclusifs sous l'impulsion de **Céline Perruche**, Directrice éditoriale *at large* de la marque :

« Grazia incarne plus que jamais un média de son temps, à l'intersection du digital, du social et du print. Cette synergie porte une ambition claire : proposer une expérience globale, inspirante et engageante. »



La nouvelle édition magazine promet une expérience de lecture incomparable et sensorielle basée sur les spécificités uniques du format print. Pensé comme un **objet durable et collectable**, ce magazine haut de gamme s'adresse à une **audience féminine urbaine et CSP+**, en phase avec les codes du luxe et de la mode.

*source : RS source éditeur

**source : Médiamétrie septembre 2024

A propos de Reworld Media

Reworld Media est un groupe en développement sur deux marchés, BTOC et BTOB.

- Le marché BTOC par le déploiement d'offres de contenus, de services et de produits en affinité avec les centres d'intérêts des lecteurs, disponibles à l'abonnement et en vente à l'acte, auprès d'un bassin d'audiences captives de plus de 37 millions de français qu'il accompagne dans la digitalisation de leurs usages et modes de consommation.

- Le marché BTOB par la monétisation de ses propres audiences et l'accompagnement de ses clients dans la création et l'exécution de leur stratégie de communication et commerciale, grâce à la couverture de tous les leviers de la communication.

Le groupe a à son actif 81 marques médias multi-supports / multiformats (print, digital, vidéo, audio, TV, événements) génératrices d'audiences dans 12 univers thématiques (Maison & Travaux, Marie France, Grazia, Auto Plus, Science & Vie, Marmiton, Gourmand, Top Santé, Doctissimo, Télé Magazine, etc.). Il intègre aussi sa propre plateforme technologique à la performance (180 000 sites affiliés dans le monde). Fondé en 2012, Reworld Media réalise un chiffre d'affaires annuel de 549 M€ en 2023, est présent dans 14 pays et compte 1 388 collaborateurs.

Contacts Médias :

Sékolène de Saint Martin, Founder | PCE

sdestmartin@p-c-e.fr | 33 (0)6 16 40 90 73

Séverine Templet, Directrice communication | Reworld MediaConnect

stemplet@reworldmedia.com | 33 (0)6 50 46 37 31