

GRAZIA

LA NOUVELLE ÉDITION DE GRAZIA MAGAZINE ARRIVE EN KIOSQUE JEUDI 6 MARS



NÉE EN ITALIE IL Y A PLUS DE 85 ANS, ET PRÉSENTE DANS 23 PAYS, GRAZIA, L'EMBLÉMATIQUE MARQUE MÉDIA FÉMININE, DÉVOILE SA NOUVELLE ÉDITION DE GRAZIA MAGAZINE !

APRÈS CINQ ANNÉES D'UNE PRÉSENCE EXCLUSIVEMENT DIGITALE, GRAZIA RÉAFFIRME SON ADN ET ANNONCE LE RETOUR DE SON MAGAZINE EN FRANCE, CONVAINCUE QUE LE FORMAT PAPIER OFFRE PLUS QUE JAMAIS UNE EXPÉRIENCE DE LECTURE UNIQUE ET CAPTIVANTE.

CONFECTIONNÉ COMME UN OBJET À COLLECTIONNER

Au fil de près de 200 pages, Grazia célèbre la pop culture sous toutes ses facettes : actualité, faits de société, mode, beauté, lifestyle... En mettant en lumière les talents et les voix qui façonnent l'époque. Ce retour en print revendique l'élégance, l'audace et l'esprit affûté de Grazia, pour celles et ceux qui aiment prendre le temps de lire et de ressentir.

Plus qu'un magazine, Grazia est une véritable expérience de lecture, haut de gamme et vibrante, à collectionner, partager, transmettre. Singulier comme toujours, Grazia s'adresse aux lectrices/lecteurs urbains avec un regard affûté, une curiosité insatiable et un TON unique : engagé, incisif et résolument décalé.

« Grazia fait son grand retour en kiosque avec l'esprit qui a marqué ses débuts en France il y a 15 ans, porté par un magazine entièrement repensé. La France occupe une place stratégique pour Grazia dans le monde ; et nous sommes ravis du nouvel ancrage de la marque sous l'impulsion de Céline Perruche. »

/ STÉPHANE HAITAIAN - Directeur exécutif Reworld Media

UNE DÉCLARATION D'AMOUR AU PRINT : POP, CRÉATIF ET SENSORIEL.

Grazia magazine capture l'air du temps avec un regard unique, en mêlant - chaque saison - une sélection des tendances les plus excitantes, des curiosités et des talents émergents. Fidèle à son ADN, ce magazine est une véritable déclaration d'amour au format print. Chaque numéro, conçu comme un objet précieux, joue avec les mots, les textures et les typographies pour offrir une expérience de lecture immersive.

Le magazine, thématiqué à chaque édition, se distingue par une fabrication soignée, et des détails ludiques comme le filtre Glossy rouge pour lire entre les lignes, invitant ses lecteurs à savourer, toucher et explorer chaque page dans ses moindres subtilités.

/01

LIGNE ÉDITORIALE SIGNÉE



CÉLINE PERRUCHE

Journaliste œuvrant au sein de la rédaction de Grazia dès son lancement en 2009, devenue rédactrice en chef print & digital de magazines référents puis consultante.

Storyteller polymorphe et directrice créative, Céline valorise le rapport texte-image et cultive un fort attachement à Grazia dont elle est désormais **Directrice éditoriale at large**.



MARIN LABORNE

Directeur artistique et photographe exerçant depuis plus de dix ans auprès de marques et de maisons de luxe. En tant que **Directeur artistique de Grazia**, il est l'auteur de la nouvelle identité visuelle de la marque et la charte graphique du magazine.

Ensemble, ils signent une identité visuelle renouvelée et une charte graphique contemporaine, ancrée dans l'univers créatif et unique de Grazia.

« L'aspiration de cette nouvelle édition est d'offrir une expérience surprenante à la communauté Grazia : bousculer les codes du print, le réinventer et lui conférer de nouvelles dimensions, tout en restant fidèle à l'esprit iconique de la marque. Avec deux numéros par saison – printemps-été et automne-hiver –, ce magazine vient enrichir l'écosystème Grazia, renforçant sa présence quotidienne sur le site, les réseaux sociaux et le rendez-vous hebdomadaire de TGIM, la newsletter lancée en février. »

/ CÉLINE PERRUCHE - Directrice éditoriale at large Grazia

UN 1ER NUMÉRO INTITULÉ « VOUS AVEZ UN NOUVEAU MESSAGE »

Dans ce premier numéro, Grazia explore le thème « Vous avez un nouveau message », une invitation à explorer nos façons de communiquer, et à découvrir **un concentré des sujets passionnants et des talents émergents à chaque saison**, tout en offrant le regard unique et décalé qui fait sa signature. À travers cette édition, le magazine propose **une photographie de l'époque**, capturant l'air du temps et abordant les thèmes essentiels avec curiosité et audace.

Résolument pop, Grazia met en avant des personnalités inventives, instigatrices de la culture pop :

- **En cover story** : la rédaction part à la rencontre de la **chanteuse Charlotte Cardin**, à travers une interview exclusive de huit pages.
- La rubrique « **Ces créateurs ont quelque chose à vous dire** » donne la parole à la nouvelle génération de créateurs tels Duran Lantink ou Jeanne Friot, qui questionnent la mode notamment dans sa dimension écologique et RSE.
- Et le **retour des rubriques originelles** de Grazia :
 - « **Persona Grazia** » avec pour invités la Chef Eugénie Béziat, l'acteur Pierre Lottin ou encore l'architecte Martin Duplantier.
 - Les irrésistibles, les shoppings thématiques sur la mode, la beauté et le lifestyle
 - L'iconique rubrique « **Love Love Love** »



MODE



LOVE LOVE LOVE



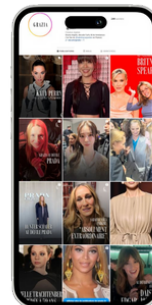


ARTICLES INSPIRANTS...

Un papier société signé par l'expert William Réjault intitulé « Mon histoire d'amour toxique avec l'IA ».

Un article intrigant s'intéressant à la fascination de l'époque pour les personnages cruels, cyniques, violents intitulé « Les méchants : ils sont partout ».

À travers cette édition audacieuse, Grazia renforce son rayonnement, alliant l'impact du format print à sa présence numérique, déjà bien ancrée avec près de 3 millions de visiteurs uniques* chaque mois sur grazia.fr et plus d'un million de followers** sur TikTok, Instagram et Facebook.



Et pour soutenir ce lancement, dès le 6 mars, une campagne d'affichage grand format investira les rues de Paris, marquant le coup d'envoi d'une activation inédite.

Le vendredi 7 mars, Grazia prendra possession des murs de la capitale avec des projections événementielles spectaculaires durant la Fashion Week à des emplacements iconiques (rue du Renard, Quai de Valmy, Place de la Bastille...).

Au centre de cette mise en scène urbaine, une vidéo exclusive imaginée en collaboration avec les étudiants de 4ème année de LISAA Design Graphique & Communication Paris. Une manière de mettre en lumière les jeunes talents de demain. Un défi stimulant qui leur a permis de s'immerger dans un projet concret.

Enfin, Grazia fait son show aux Galeries Lafayette Paris Haussmann le week-end du 15 mars avec une expérience unique qui permettra aux visiteurs de s'immerger dans l'univers de la marque et de capturer des moments inoubliables.

DIFFUSION / 80 000 EXEMPLAIRES

PRIX / 6,90 €

PAGES / 196 PAGES

PÉRIODICITÉ / SEMESTRIELLE

ET PARMIS LES NOUVEAUTÉS :

RDV chaque lundi avec « TGIM » - Thank God It's Monday! -,
la newsletter lancée le 17/02 auprès de 45 000 abonnés.

Pour s'inscrire :



GRAZIA à suivre



CONTACTS MÉDIAS :



Séverine Templet, Directrice communication
stemplett@reworldmedia.com | 06 50 46 37 31

Ségolène de Saint Martin, Founder | PCE
sdestmartin@p-c-e.fr | 06 16 40 90 73