

GRAZIA

Communiqué de presse – 16/09/2025

UN NUMÉRO PLUS GONFLÉ QUE JAMAIS ! GRAZIA REVIENT EN KIOSQUE LE 18 SEPTEMBRE

G.O.N.F.L.É. : Pour ce nouveau numéro, un mot a suffi pour donner le ton de cette édition automne-hiver

Silhouettes mode extravagantes, éloge de la gentillesse, figures singulières et hédonistes... Ce nouveau numéro de **Grazia** choisit son camp : celui de l'audace, du pas de côté et des personnalités qui bousculent l'uniformisation.

« *Mettre en avant les beaux bizarres, les beautiful losers, celles et ceux qui tracent leur propre route, cassent les codes et donnent du relief à l'époque – quitte à en faire trop* », résume Céline Perruche, Directrice éditoriale at large de Grazia.

Tout en continuant de réaffirmer son ADN et de proposer une expérience de lecture singulière, **Grazia signe une édition tout en audace : en excès de bons mots, de bons articles.** Un numéro qui imprime sa marque, traversé par une note pop et le regard de talents multiples.



Un numéro taille XXL

Grazia capte l'air du temps et révèle ceux qui le façonnent, en mêlant actualité, culture et style à travers plus de 200 pages au regard affûté, à la curiosité insatiable et au ton singulier.

À chaque parution, le magazine se réinvente et transforme l'objet en événement. Pour ce nouveau numéro, **la cover-story joue le relief avec un détail signature : le mot GONFLÉ, embossé.** Un clin d'œil à l'esprit audacieux de cette édition, complété par **un poster grand format et une photo dépliable qui enrichissent l'expérience de lecture.**

Une édition pour célébrer, décrypter, jouer avec les codes de la saison, sans modération

Dans ce second numéro, Grazia vous invite à ouvrir les yeux en grand sur un automne-hiver 2025-2026 fait de démesure, d'hyperbole et d'ironie : de la mode et ses envies de volumes exagérés, aux parti-

pris gonflés de la Beauté, du culot exaltant des nouveaux visages de l'époque au goût immodéré pour ceux qui repoussent toutes les limites.

Et une nouvelle édition qui donne sa définition de l'audace à travers :

★ La rubrique « **Persona Grazia** », la rédaction part à la rencontre de :

- **Christelle Mazza**, « l'avocate des lanceurs d'alerte » de la fonction publique
- **Théodora**, nouvelle vague cosmopolite prête à marquer la pop culture
- **Nina Christen**, créatrice suisse-chilienne, élégance radicale
- Ou encore **Loana Lecomte**, championne française de VTT cross-country



★ Parmi les articles à découvrir :

- « **La chronique d'un dégonflé** » signé par **William Réjault** entre humeur et humour, et qui revient sur son expérience vécue au sein d'une clinique bavaroise avec la promesse de retrouver la forme !



- La **Story Pop** avec **Tony Pikes**, grandeur et décadence du Hugh Hefner d'Ibiza

- « **Stranger Things** » ou comment la mode célèbre à nouveau la créativité



- Et toujours les irrésistibles, les shoppings thématiques sur la mode, la beauté, et le lifestyle

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 près d'1.1 million followers sur Pinterest, TikTok, Instagram et Facebook... **

Et pour accompagner ce lancement, une **campagne d'affichage grand format** investira Paris dès le 29 septembre, en pleine Fashion Week, marquant le coup d'envoi d'une activation inédite : samedi 4 mars, Grazia s'emparera des murs de la capitale avec des projections spectaculaires sur des lieux emblématiques (Rue du Renard, Quai de Valmy, Trocadéro...).

Au centre de cette scénographie urbaine : une vidéo exclusive imaginée avec les étudiants de 4e année de LISAA Design Graphique & Communication Paris. Après une première création réussie lors du relancement de Grazia, cette nouvelle collaboration confirme le lien fort entre la marque et la jeune création, et réaffirme la volonté de la marque de mettre en lumière les talents de demain.

Début septembre, **Grazia a également poussé les portes de La Samaritaine** pour une exposition majeure : « Paris en Mode Capital(e) ».

A découvrir jusqu'au 29 octobre, La Samaritaine se transforme en véritable galerie musée avec de grands murs présentant les couvertures qui ont marqué l'histoire de Grazia, du tout premier numéro italien (1938) au dernier numéro français (2009), en passant par les éditions internationales. Au travers de trois typologies - mode, beauté, célébrités, c'est un véritable voyage visuel qui est proposé.

Diffusion : 80 000 exemplaires Prix : 6,90 € 204 pages Périodicité : semestrielle
--

Et un concentré de Grazia chaque lundi :

avec « **TGIM** » - Thank God It's Monday! - pour s'inscrire :



Grazia à suivre



Sources :

* Médiamétrie juillet 2025

**Réseaux sociaux mai 2025

A propos de Reworld Media - <https://www.reworldmedia.com/>

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 plus de 80 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 ses propres plateformes technologiques à la performance, notamment de partner marketing avec 180 000 sites affiliés dans le monde. Fondé en 2012, Reworld Media réalise un chiffre d'affaires annuel de 534,7 M€ en 2024, est présent dans 11 pays et compte 1 356 collaborateurs.

Contacts Médias :

Ségolène 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