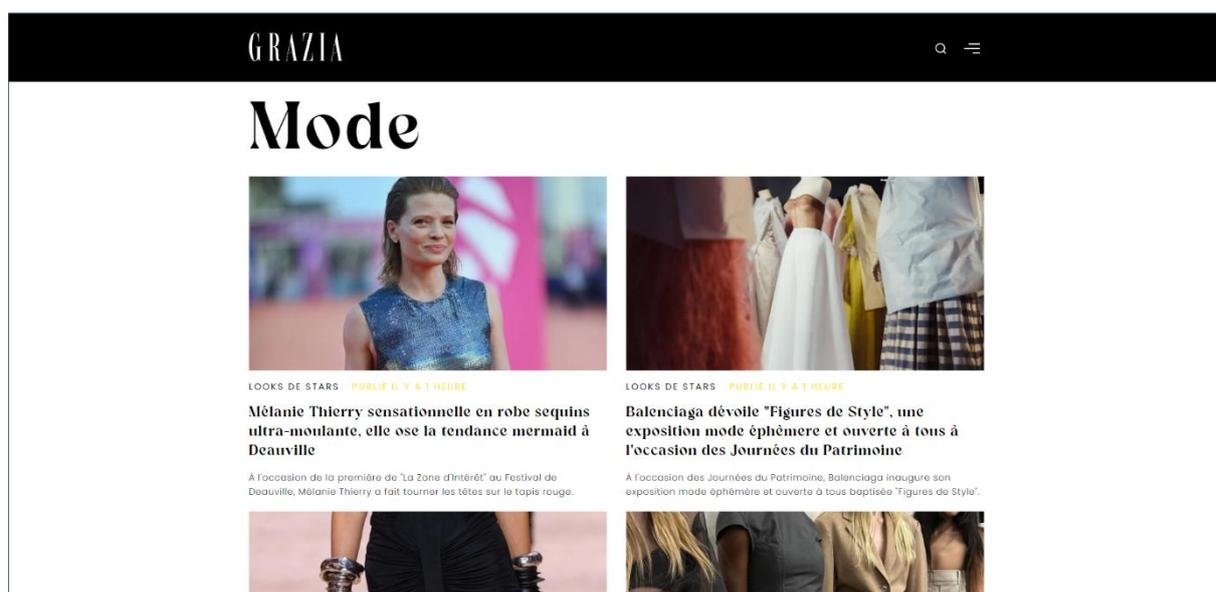


**NOUVEAU SITE, NOUVEAUX CODES, NOUVEAUX FORMATS :**  
**BIENVENUE DANS LE NOUVEAU GRAZIA,**  
**LA MARQUE MÉDIA DE RÉFÉRENCE MODE & LIFESTYLE**



*Grazia, la marque média internationale emblématique, annonce fièrement une rentrée riche en nouveautés pour offrir à son audience une expérience en ligne encore plus immersive, sophistiquée et inspirante.*

**Grazia : un contenu haute couture pour une expérience exclusive**

Depuis sa création en novembre 1938, Grazia est devenue une véritable icône de la mode italienne, ainsi qu'une des marques média de mode les plus prestigieuses au niveau international avec 21 éditions dans le monde. En France, la marque réunit chaque mois près de 3.8M de Visiteurs Uniques\* et 894K fans sur les réseaux sociaux (Instagram, TikTok, Facebook, YouTube ...).

Pour cette rentrée, Grazia confirme son statut de marque média référente dans l'univers de la mode, de la beauté et du luxe en lançant une série de nouveautés innovantes :

- **Nouveau Site Web, nouveaux codes** : Grazia adopte ainsi de nouveaux codes visuels pour incarner son évolution. Une esthétique épurée et contemporaine renforce l'identité de Grazia, tout en préservant son caractère audacieux avec un nouvel UX pour une promesse haut de gamme. Des formats digitaux immersifs pour offrir à cette audience exigeante, avide de mode, de beauté et de culture, des expériences visuelles et informatives enrichies. Alliant style, créativité et innovation, la marque déploie également de nouveaux formats publicitaires premium pour accompagner les marques et répondre à l'ensemble de leur attente et leur exigence en matière de communication.

- **Nouveaux temps forts** : Grazia lance « Carte Blanche », nouvelle rubrique offrant des rendez-vous inédits orchestrés pour et par des personnalités. Chaque mois, une personnalité du monde de la culture, des médias, de la mode ou de la création prend les commandes de Grazia et de ses réseaux sociaux pour nous présenter son univers
- **Nouveaux formats sociaux** : Et pour repousser les limites de la créativité et satisfaire une communauté toujours plus nombreuse, de nouveaux formats prennent place sur les réseaux sociaux de la marque :



- « La Gazette » : la rédaction de Grazia vous invite dans les coulisses et premiers rangs des événements mode
- « La petite histoire » : retour sur l'histoire d'une marque, la naissance d'un produit iconique, d'une tendance...
- « Ce que ... » : la rédaction essaie ou filme les tenues ou looks qui font l'actualité
- « Le miroir » : la rédaction teste et cautionne les tendances nées sur les réseaux sociaux en y apportant ses conseils

De nouveaux formats qui viendront accélérer la progression de son audience déjà bien engagée puisque en un an, les abonnements ont été multipliés par trois et depuis 4 mois, le nombre de vidéos vues ont augmenté de +733%.

Et afin de soutenir ces succès et optimiser sa stratégie sur les médias sociaux, Léa Diqero, social media manager rejoint l'équipe Social avec pour mission principale le développement de l'audience sur TikTok et Instagram.

- **Nouveau Club VIP Grazia** : Grazia créé la 1<sup>e</sup> communauté premium de shoppeuses. Une cible ultra qualifiée, exigeante et prescriptrice d'achat, qui recherche des contenus et produits exclusifs.  
Information, shopping, et expérience : Grazia vous offre le meilleur des tendances, avant tout le monde, et vous donne accès à des offres partenaires ultra sélectives.

The screenshot shows the Grazia Club VIP website. At the top, the 'GRAZIA' logo is on the left, and a search icon and menu icon are on the right. Below the logo, the text 'Club VIP Grazia' is prominently displayed in a large, bold font. To the right of this text is a button that says 'ACCÉDER AU CLUB' with a right-pointing arrow. Below the main header, there are three featured articles, each with a small image and a short text description:

- Article 1:** Image of a woman in a light green dress. Text: "Portez la rayure chic avec cette pièce mode éthique signée Bodice de The Silk Road".
- Article 2:** Image of a boutique interior. Text: "Rendez-vous pour l'afterwork à la boutique Unbottled et repartez avec votre kit personnalisé !". Below the text, it says: "La marque de soin solide vous invite à célébrer la rentrée dans sa toute première boutique".
- Article 3:** Image of a man and a woman. Text: "Arborez le cool parisien dans cette veste denim signée Tokyo James x 24S".

At the bottom of the screenshot, the word 'culture' is partially visible on the left, followed by two more images: a man reading a book and a woman reading a book.

Galvanisante, avant-gardiste, et audacieuse, Grazia affiche une rentrée pleine de style et d'inspiration pour accompagner les annonceurs sur leurs enjeux de communication.

Restez connectés avec Grazia sur nos réseaux sociaux pour y découvrir un monde où le style, la beauté et la culture offrent une expérience éditoriale inédite.



*\*Sources : Médiamétrie 1er semestre 2023 / réseaux sociaux juillet 2023*

**A propos de Reworld MediaConnect - <https://www.reworldmediaconnect.com/>**

Reworld MediaConnect est la régie publicitaire du groupe Reworld Media, 1<sup>ère</sup> plateforme de marques média en France (1er éditeur de presse thématique\*, 2ème groupe média thématique dans le digital\*\*). Reworld MediaConnect commercialise les plus de 80 marques média du groupe, hébergées sous 9 univers thématiques : Auto – sport ; Santé – bien être ; Cuisine – art de vivre ; Femmes ; Maison – nature ; Gaming ; Entertainment ; Sciences – culture ; Business. Les publications du groupe Reworld Media adressent 37,5 millions\*\*\* de Français par mois, soit plus de 7 Français sur 10. L'offre éditoriale digitale du groupe permet de toucher 33,6 millions\*\* de visiteurs uniques. Au-delà des médias, Reworld MediaConnect s'appuie sur les expertises de marketing services du groupe telles que l'insight, la production de contenus, l'influence, l'évènementiel et la performance avec Tradedoubler. Le déploiement de marques média print sur le digital, la complémentarité du contenu et de la technologie, le mix du média et du hors-média, la synergie du branding et de la performance sont autant d'atouts qui permettent à la régie de répondre à toutes les problématiques de marques, d'apporter de nouvelles solutions et de garantir le succès des actions de communication à l'efficacité mesurée et aux coûts maîtrisés.

\* Diffusion moyenne par parution, OJD DFP 2021 / \*\* médiamétrie - Audience internet global Novembre 2022\*\*\* ACPM ONE NEXT 2022 S2

**Contacts média :**

**Reworld MediaConnect** – Séverine Templet – 33 (0)6 50 46 37 31 – [stemplet@reworldmedia.com](mailto:stemplet@reworldmedia.com)

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