



**MONDADORI**

## ***DONNA MODERNA SI RINNOVA***

*Anche Irene Pivetti nella squadra del settimanale Mondadori più venduto in Italia*

Segrate 19 novembre 2002 - Dal 21 novembre **Donna Moderna** cambia d'abito pur rimanendo fedele a se stessa. Oggetto di una piccola rivoluzione il settimanale diretto da Patrizia Avoledo e Cipriana dall'Orto cambierà il linguaggio, più chiaro, più caldo e conciliante; la grafica; la struttura e acquisirà nuove importanti firme, tra cui **Irene Pivetti** che curerà la piccola posta. Rimarrà inalterato il logo, il formato e soprattutto lo spirito: quell'idea di facilitare la vita delle lettrici che lo ha reso il settimanale più letto in Italia da tutte le donne dai 16 ai 55 anni.

Nel frattempo sono le donne ad essere cambiate nei 12 anni trascorsi dalla sua nascita. Sono passate dall'età del dovere a quella del piacere. Dai diritti dell'uguaglianza tra i sessi ai diritti di chi dopo averla conquistata deve gestire una vita complicata. "Le donne oggi sentono il bisogno di gustare fino in fondo il piacere della vita perché i mille doveri quotidiani le sfiniscono - dice il direttore Patrizia Avoledo - Vogliono avere il tempo di guardarsi dentro, di fermarsi un po', di pensare anche a se stesse con un pizzico di sano narcisismo". Donna Moderna vuole dare alle donne le soluzioni più facili per orizzontarsi tra queste nuove esigenze e lo dice chiaramente nel **nuovo pay off** che accompagnerà la testata. **'Il tuo settimanale per vivere la vita al meglio'**.

Per questo la struttura della rivista sarà divisa in sezioni dai titoli *emozioni, piacere di farti bella, piacere di comprare, attualità, piacere di stare in casa, piacere di uscire, soluzioni*. Quest'ultima è quella che sintetizza meglio il **nuovo spirito di Donna Moderna**, tante rubriche firmate da Cecilia Chailly, Maria Rita Parsi, Gianna Schelotto, Emilio Fede, Fausto Manara. Per dare una risposta rapida ai problemi quotidiani

La **grafica** diverrà più leggera, capace di rendere più leggibile la grande quantità di informazioni che ogni settimana Donna Moderna dà alle sue lettrici. Cambia l'impaginazione della copertina e all'interno si passa da quattro a **tre colonne**. **Donna Moderna aprirà** con la vignetta di Pat Carra e al centro avrà sempre il dossier da staccare e conservare; grande importanza avranno le fotografie: nella prima parte del giornale ci sarà sempre un'immagine a doppia pagina intitolata 50 secondi di silenzio e una breve didascalia, per dare qualche secondo in più per riflettere.

Non cambierà la redazione che ormai ha Donna Moderna nel DNA. A fare da tramite tra i direttori ed i redattori quattro caporedattori centrali: Piera Canalini (femminilità) Monica Triglia (attualità) Matrina d'Incerti (emozioni e approfondimenti), Donatella Gianforma (problemi solving) .

In campo promozionale Donna Moderna vara per la prima volta un **concorso fedeltà**, gestito interamente attraverso SMS (basterà inviare per quattro settimane un messaggio con la parola chiave del concorso e i propri dati per partecipare all'estrazione di premi fedeltà, come una crociera in Polinesia). Contestualmente il lancio è affidato ad una campagna ADV, realizzata dall'Agenzia Brand Portal, con spot su reti Mediaset e le principali Radio Italiane.

**COMUNICATO STAMPA**