



SS
STILE IN MESE

VISIBIL!A

il Giornale STILE

È UN MENSILE DI VERO APPROFONDIMENTO

Si rivolge ad un pubblico attento alle tendenze moda e accessori, al mondo del benessere, ma anche interviste a celebrities, stili di vita, tendenze, cura della persona, creatività e innovazione del mondo contemporaneo.

L'attenzione è dedicata ai principali temi di ampio interesse: **lusso, food, living, auto.**

La trattazione ha connotati di «elevata ricercatezza» e raffinatezza coerenti con lo status evoluto del lettorato. **Uno stile «elegante e chic».**



Allegato a il Giornale ogni
ultimo venerdì del mese
Diffusione 120.000 copie
Tiratura 170.000 copie
550.000 lettori



MIX EDITORIALE:

15% FASHION (30% nei numeri moda)
25% PERSONAGGI/ATTUALITA'
15% BEAUTY&HEALTH
15% OGGETTI
5% TECH
10% TOUR/METE/SPA
8% AUTOMOTIVE/FOOD/LIVING
2% EVENTI/CURIOSITA'
5% CULTURA

il Giornale STILE - Layout



MODA
IN TEMPI DI CRISI

IL LUSSO D'ESSERE DISCRETI

«Questa parola mi ha schifato», diceva Giorgio Armani nel 2002 e gli stilisti si sono adeguati, cancellando l'ostentazione con l'eleganza. Perché, come afferma Scavino, «la vera bellezza ora è la qualità. E come valorizzano chi li indossa».

«LUCIA SERENGA»
«Margherita Tizzi»



PERSONAGGI
ZVONIMIR BOBAN

i filosofi del calcio

Vive un proprio mondo, che però misura per capire fino a quale punto può elevarsi l'umanità. Non distingue una piazza da una strada, è un temporale gravido di fulmini, fugge da un disastro, ma poi torna perché è curioso... La ha detto Friedrich Nietzsche, e c'è dentro anche un po' di Socrate senza la «» finale. Quello è venuto dopo a giocare a calcio, come altri filosofi del suo tipo...
«CLAUDIO DI CARLI»

«SE VINCIAMO SIAMO VINCITORI SE PERGIAMO SIAMO PERDITORI»

«Vladimir Lukovic»
«Claudio di Carli»



NATALE
IDEE IN TECH

SE L'UTILE DIVENTA ANCHE DILETTEVOLE

Ecco tutta la novità per gli appassionati di tecnologia che hanno sempre una sguardo al futuro

Jawbone UP Move

Il nuovo activity tracker dell'azienda californiana che monitora le attività base è dedicato a chi vuole avere uno stile di vita più sano e allo stesso tempo preferisce un oggetto semplice e discreto.
49 euro

Audioclub Neomi

Colorato, impermeabile, con vivavoce questo speaker wireless ultra-portatile si sceglie in modo intuitivo senza il sussulto di alcun tasto. Grazie alla potenza ventica si può posizionare anche sotto la doccia.
49 euro

NATALE IDEE/BEAUTY

PER FINIRE... IN BELLEZZA

Freddo, vento, pioggia, neve e inquinamento. Ecco come proteggere la pelle in inverno...

«MARGHERITA TIZZI»

per lei...

1. Agnesi Ultimate Anti-Aging Moisturizing Cream
2. Sensi La Pelle
3. Sensi La Pelle
4. Sensi La Pelle

1. Agnesi Ultimate Anti-Aging Moisturizing Cream
2. Sensi La Pelle
3. Sensi La Pelle
4. Sensi La Pelle

1. Agnesi Ultimate Anti-Aging Moisturizing Cream
2. Sensi La Pelle
3. Sensi La Pelle
4. Sensi La Pelle

NATALE IDEE/IN TECH

Bower & Wilkins PS Serie 2

Sono le cuffie per chi vuole il meglio dell'alta fedeltà sempre a portata di mano. Sono un concentrato di tecnologia e design, con una elevata cura dei dettagli come il riciclaggio in pelle dei padiglioni.
299 euro

Go-ey Seltridges
Questa custodia protettiva è realizzata con una particolare resina opalescente adegua che permette di applicarsi a qualsiasi superficie laminata, specchi o vetri, ideale per gli appassionati di selfie.
da 20 euro

OpPro Hero 4 Silver
Gli appassionati di video sportivi e di ripresa soggettiva hanno ora a disposizione il dispositivo definitivo. Per la prima volta infatti la nuova versione Hero 4 Silver integra il display touch screen e qualità pro.
379,95 euro

Gigaset SP930A
Non lasciatevi ingannare dalle apparenze, non si tratta di uno smartphone, ma di un telefono di casa che funziona con il sistema operativo Android e per avere tutte le funzioni (documenti e fotografie, consentendo perfino il riconoscimento dei caratteri).
199,99 euro

«MARIO BERTELLA»

NATALE IDEE/IN BOTTIGLIA

IL BRINDISI DA INTENDITORI

Il consiglio di dieci esperti su cosa versare nel vostro bicchiere. Per godere e stupire

Hayashi Mototsugu

«MARIO BERTELLA»

Qui accanto alcuni impaginati dei principali temi sviluppati da Stile.

FASHION LUXURY LIVING TECH AUTOMOTIVE SALUTE & FOOD



Contenuti

REDAZIONE: è composta da un team di specialisti del settore lifestyle con la partecipazioni delle più prestigiose firme presenti sul quotidiano, qualità autorevolezza dei contenuti sono garantiti.

ARGOMENTI:

Attualità - interviste in esclusiva, racconti, personaggi, focus di temi centrali nel panorama socio economico culturale, anticipazioni, fenomeni, appuntamenti, suggestioni ed esperienze.

Moda - interviste, racconti corporate di aziende, casi di successo, progetti, vetrine prodotti.

Beauty - ricerche, scoperte, nuove formule per una cura personale di avanguardia con focus su prodotti, aziende, progetti speciali.



LE NOSTRE FIRME

Alessandro Sallusti, Vittorio Feltri, Giuseppe De Bellis, Daniela Fedi, Lucia Serlegna, Giordano Bruno Guerri, Pierluigi Bonora, Alessandro Gnocchi, Marco Pietro Lombardo

TARGET: > 40 anni, 55% donna e 45% uomo, alto spendente, aggiornato, colto, attento alla salute personale estetica - alimentare - fisica, trend setter, impegnato.

Ricerca il prodotto sartoriale, curato, con alta capacità di spesa, ricerca il prodotto di qualità, unico e non mass market.



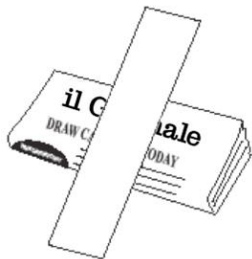
Appuntamenti

Extratiratura e veicolazione de il Giornale e Stile

EVENTO	PERIODO	LOCATION
PITTI UOMO	GEN + GIU 2016	FIRENZE
PITTI BIMBO	GEN + GIU 2016	FIRENZE
MI FASHION WEEK UOMO	GEN + GIU 2016	MILANO
MI FASHION WEEK	FEB + SETT 2016	MILANO
SALONE MOBILE	APR 2016	MILANO

La **distribuzione** delle copie ai grandi eventi effettuata tramite **hostess briffate** garantisce un presidio «unico» e sartoriale al Brand in momenti di massima attenzione mediatica

APERTURE DI NEGOZI: extratiratura del quotidiano il Giornale e veicolazione mirata in prossimità del negozio con brandizzazione delle copie tramite fascettatura.



Speciali

Approfondimenti de il Giornale e Stile

SPECIALI TEMATICI DEDICATI

Il Giornale dedica per ognuna delle manifestazioni sopra riportate uno Speciale Moda, di 12 pagine, interno al quotidiano, in edicola il primo giorno di rassegna.

Quotidianamente inoltre dedica 2 pagine di redazione per tutto il periodo della rassegna.

Stile dedica una rubrica settimanale di 8 pagine, presente tutto l'anno all'interno de Il Giornale.

STILE MESE aumenta lo spazio dedicato al comparto MODA nei mesi concomitanti le manifestazioni principali (50%)

CANALE FASHION SU WEB news, gallery interattive, interviste, approfondimenti, live twitting, social engagement



Canale moda dedicato su [ILGIORNALE.IT](http://ilgiornale.it)

Le principali firme de il Giornale aggiornano, commentano, illustrano le novità imprenditoriali, di sviluppo e di prodotto del tessuto Moda con interviste, fotografie, ricerche e approfondimenti.

<http://fashion.ilgiornale.it/>

FASHIONWEEK
New York Milano Londra Parigi

HOME MOODBOARD MODA SFILATE BEAUTY PARTY RED CARPET SHOPPING

PARIS FASHION WEEK

OTTOBRE 2, 2014
Paris Fashion Week 2014: ieri ultimo giorno di sfilate. Il commento

MOODBOARD
MOOD BOARD
di Daniela Fedi
A domanda risposta: Karl è a Milano

Lagerfeld mania. Ma lui dov'è?

Evviva la praticità della signora Molinari



Cerca ...

Cerca

Instagrams

