

CairoRCS Media x **JEWELLERY.**

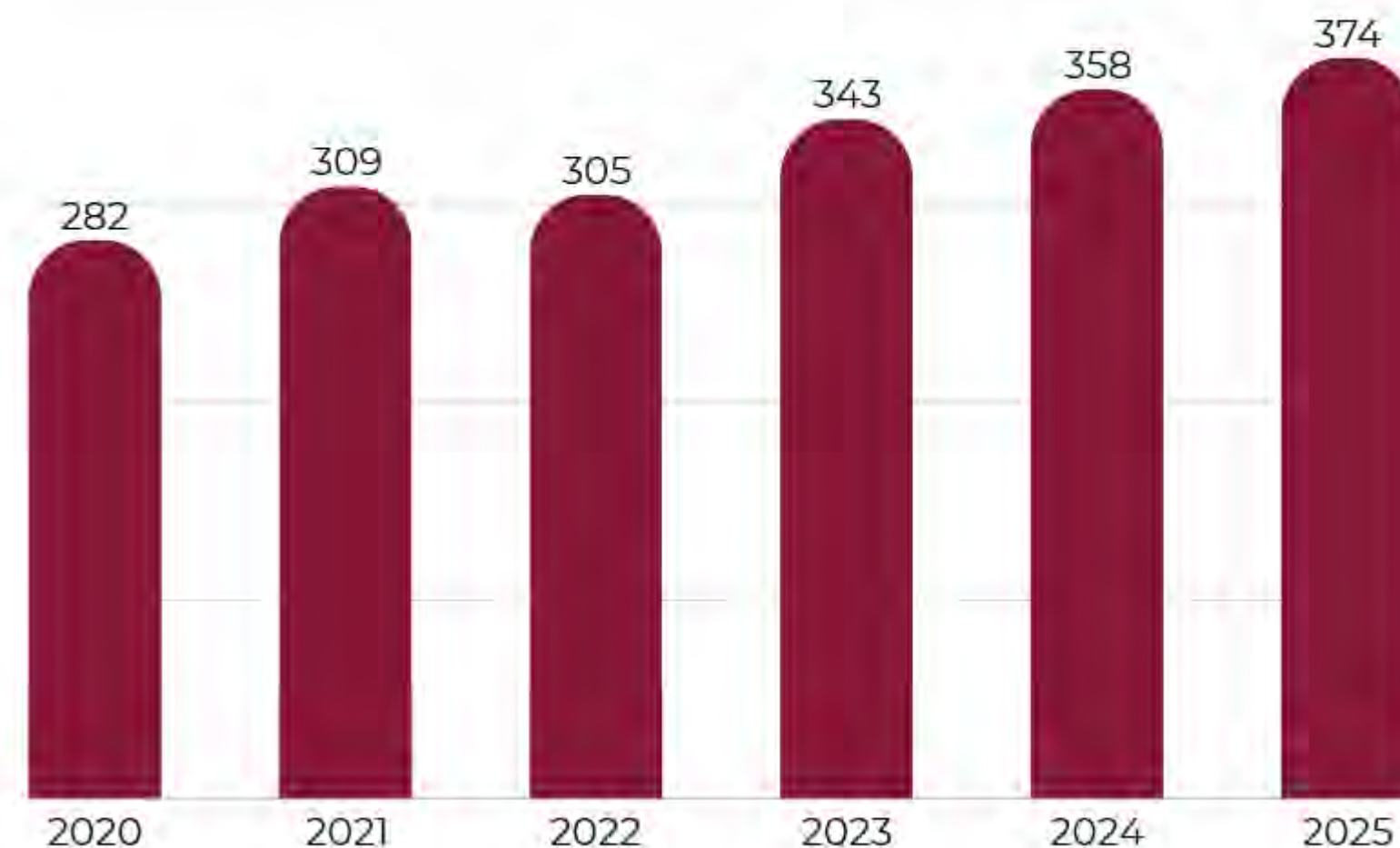
come si muove il mercato UN TREND IN CRESCITA

Il settore della gioielleria attraversa una fase di **crescita strutturale**.

Le stime indicano una **crescita annua del 4,5% nei prossimi anni**.

Gli analisti la indicano come lo **zoccolo duro del lusso**, capace di mantenere una **crescita costante** grazie a una domanda solida e trasversale.

REVENUE OF THE JEWELRY INDUSTRY WORLDWIDE



Statista Consumer Market Insight, 2025

sempre
più gioielli
**NELLE
NOSTRE
STORIE**

Il **settore cresce**, cresce il suo **spazio nel nostro sistema editoriale**: il gioiello è passato dall'essere un **complemento fashion** a diventare un **contenuto editoriale**.

UN PUBBLICO NATURALE

Le nostre testate parlano a
**un'audience qualificata
e con elevata capacità di spesa.**

158

AFFINITY INDEX

Fortemente interessata al mondo
FASHION & LUXURY.

161

AFFINITY INDEX



un simbolo del percorso **FASHION ISSUE**

Per celebrare l'**anniversario della testata** come argomento del Fashion Issue è stato scelto il **tema gioielli**. Un **progetto editoriale** che è diventato un **progetto culturale**, trasformandosi successivamente in una **mostra**.

next step VICENZAORO

Se il gioiello è sempre più **centrale nelle nostre testate**, è naturale esserlo anche nel **principale appuntamento del settore**.

Nel **2026 parteciperemo per la prima volta a Vicenzaoro**, il principale **appuntamento europeo** dedicato al mondo della **gioielleria**. Non solo gioielli, ma anche:

// **TIME**

Dedicata ai **marchi di orologeria contemporanea**, affermati ed emergenti

// **VO VINTAGE**

Evento aperto al pubblico rivolto a collezionisti, dealer e appassionati di **orologi e gioielli vintage**.

DAL 4 ALL' 8 SETTEMBRE

1 RIFERIMENTO INTERNAZIONALE
per il mondo della **gioielleria**
e dell'**oreficeria**

2 LUOGO DI INCONTRO
per il mondo **B2B** del gioiello
- con **1300 brand espositori**

3 OSSERVATORIO
per **trend, innovazione** e
opportunità di **business**.

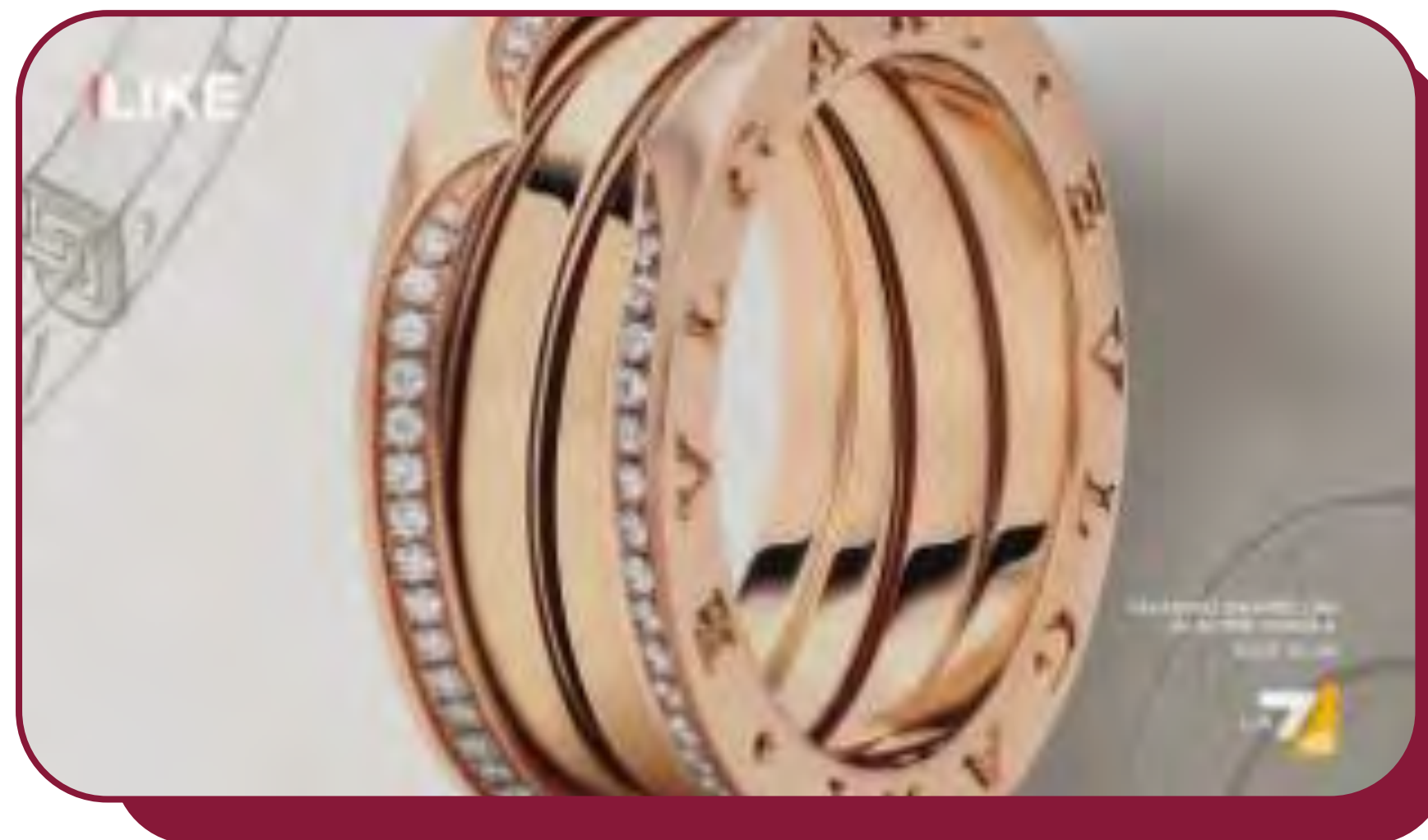
vicenzaoro

LIKE

LIKE è il **magazine di La7** che racconta i **trend**, le **eccellenze** e le **storie** che interpretano il cambiamento, con uno **sguardo privilegiato** sui mondi della **moda**, del **lusso**, del **design** e dell'**innovazione**.

Like sarà **presente a Vicenzaoro** con una troupe editoriale, per documentare i **protagonisti** e le **tendenze della manifestazione**.

I brand avranno la **possibilità di realizzare un servizio** esclusivo direttamente in fiera, trasformando la propria presenza in un **contenuto editoriale di qualità**, costruito con il **linguaggio** e l'**autorevolezza** di **LIKE**.



IO DONNA.

iO DONNA Fashion Issue

LA TURINELLE DEL CORRIERE DELLA SERA

Gioielli

Visioni
brillanti

OTTOBRE & DICEMBRE

iO Donna FASHION ISSUE

Tre appuntamenti all'anno, in cui iO Donna porta in scena la moda e il gioiello, attraverso UN'INTERPRETAZIONE DI GRANDISSIMO VALORE **ICONOGRAFICO**, in cui l'impatto del quotidiano e la qualità del periodico trovano la sintesi perfetta.

I Fashion Issue rappresentano delle **OCCASIONI IMPERDIBILI** di raccontare la moda attraverso il **prodotto** che viene valorizzato grazie ad **immagini pulite e racconti di moda e stile**, in grande coerenza con il tono giornalistico del quotidiano ma con il respiro di un periodico come iO Donna, che su stile, moda e tendenze dice la sua con una cifra inconfondibile.

Forme di puro design

Le originali geometrie del gioiello si animano tra pezzi cult di celebri creativi. Mentre oro, gemme e diamanti riscoprono uno charme architettonico, interpretati fra cromie intense e linee di carattere

di Rita Ortolani - foto di Mario Costa per iO Donna ➤



Collier "Claret" in oro giallo e diamanti 18K. L'ampolo "Claret" di Van Megeren per Armandi.



Collier "Claret" in oro giallo e diamanti 18K. L'ampolo "Claret" di Van Megeren per Armandi.



Collier "Therapy" in oro giallo e diamanti 18K. L'ampolo "Therapy" di Van Megeren per Armandi.



Collier "Therapy" in oro giallo e diamanti 18K. L'ampolo "Therapy" di Van Megeren per Armandi.



Collier "Therapy" in oro giallo e diamanti 18K. L'ampolo "Therapy" di Van Megeren per Armandi.



Collier "Therapy" in oro giallo e diamanti 18K. L'ampolo "Therapy" di Van Megeren per Armandi.



APRILE & OTTOBRE

iO Donna SHOPPABLE

iO Donna presenta **due volte l'anno** il suo **Shoppable**, un numero che si trasforma in una **SHOPPING EXPERIENCE IMMERSIVA E DIRETTA**.

Si tratta di un catalogo immediato e facilmente accessibile, in cui dalla copertina al cuore del giornale, **ogni prodotto è acquistabile con un semplice clic**.

Grazie ai **QR CODE**, il lettore viene indirizzato all'e-commerce del cliente o a una gallery su iodonna.it, dove può acquistare o esplorare contenuti aggiuntivi. L'interpretazione del mondo Moda e Beauty avranno due grandi opportunità di visibilità social, attraverso format IG di grande impatto e super virali.

Clic Chic

I dettagli sono rilevanti nella scelta degli accessori must have Primavera Estate. Si alle semplici slingback, ma con decoro importante. Le sneakers tagliano il traguardo grazie al ricercato mix di materiali. Le itbag? Tutte comfort-chic, con colori vivaci e ricchi particolari. Design eclettico per gioielli che si fanno notare. Alleati di stile da "inquadrare" con il QR code

foto di Nicola Galli
styling Silvia Masciale

10 DONNA 25 APRILE 2024

119

Preziosi
Orecchini "Lantern Diamond" a figura in oro con diamanti **MASO BICOSS**.



10 DONNA 25 APRILE 2024

141

Contemporaneo
Anello "Unique" in oro bianco con saphiro verde e diamanti **PIERRE D'ARAGON**.



10 DONNA 25 APRILE 2024

149



Grintosa
Collana "Collection HardWear" con maglie a gradazione in oro **TIFANY & CO.**



10 DONNA 25 APRILE 2024

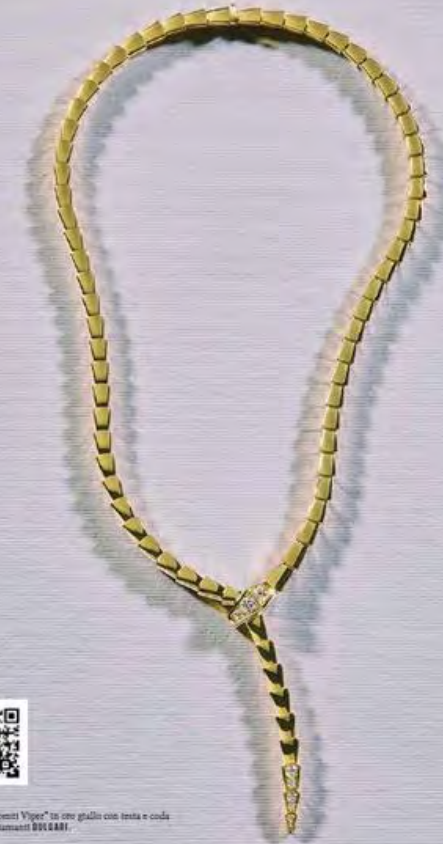
126



Variopinti
Bracciali "Bianco"
FRATELLI PICCOLI FIRENZE.

10 DONNA 25 APRILE 2024

120



Iconica
Collana "Serpenti Viper" in oro giallo con testa e coda
con pavi di diamanti **BVLGARI.**

10 DONNA 25 APRILE 2024

123



iO Donna

NUMERI TEMATICI

- **GENNAIO:** DOSSIER ACCESSORI
- **MARZO:** PAP 2 + GIOIELLI
- **MAGGIO:** GIOIELLI E OROLOGI
- **AGOSTO:** DOSSIER ACCESSORI
- **SETTEMBRE:** PAP 2 + GIOIELLI
- **NOVEMBRE:** GIOIELLI E OROLOGI
- **DICEMBRE:** CHRISTMAS SHOPPABLE & GIOIELLI E OROLOGI

AMICA.

La **BOTANICA** *dei* **DESIDERI**



Artista: Studio di
arte, con disegni
e colori, 18 x 21, 19 x 21.

Forme di vita vegetale e minerale. Un libro di
herbarium, che unisce gemme di varia natura.
E le ritrae come quadri, con i colori e i
profumi dei Desideri. - Studio: Vanessa Gualini

Amica NUMERI TEMATICI

- **GIUGNO:** GIOIELLI E OROLOGI
- **DICEMBRE:** SPECIALE GIOIELLI

Milena Garatti ALL'INSEGUIMENTO DELLA PIETRA VERDE

Tra i cosiddetti fancy, i green diamond sono i più rari e misteriosi. Per questo, con le loro nuances smaglianti, che ci mettono in contatto con Madre Natura, hanno conquistato una gemmologa speciale

Di Luisa Simonetti

MILANO, a pochi passi dal Castello Sforzesco. Quando ci incontriamo per la master class nella saletta priva del suo elegante quartier generale, la prima cosa a colpirci di Milena Garatti è l'emozione. «Ricordo la mia prima volta al coperchio di un diamante verde: un raggio di sole entrava dalla finestra, l'ho guardato come avrebbe fatto una bambina con il più meraviglioso dei giocattoli. E ho espresso il desiderio: un giorno, sarà mio».

Oggi, il sogno è una realtà d'eccellenza, che risponde al nome di maison Garatti. Fondata nel 2018 da Milena, che ne è l'anima e la direttrice creativa, insieme al figlio Niccolò, gestisce oltre il 90 per cento dei green diamond attualmente disponibili sul mercato. Con la gemmologia come passione di famiglia, che contagia anche l'altro figlio, Luca, era inevitabile l'attrazione per queste particolarissime pietre. «Sono così rare, che chi le acquista entra in un club di collezionisti, le si può paragonare a un Van Gogh, a un de Chirico, a un Fontana, sono uniche», spiega Milena. Che, prima di questa "fase" verde, è passata dal rosa e anche dal blu (sempre diamanti, ça va sans dire). Proprio come un'artista.

Fino al colpo di fulmine. «La meraviglia risiede nell'irresistibile cromatica, dal verde bosco allo smeraldo a tonalità più delicate, come entrare in una natura smagliante».

Ma pure nella sua trasparenza e nella sua uniformità. E anche per questo che Garatti non tratta pietre sotto il cuneo, non garantirebbe gli standard qualitativi richiesti, in più, tutte sono certificate dal prestigioso GIA, Gemological Institute of America. Poi, al savoir-faire di nostra Madre Terra che, in milioni di anni,



ha generato nelle sue viscere questi prodigi, specialmente in Sudafrica, Brasile e Guyana, fa da complemento quello "umano". Nel senso che le clienti - ma sono tanti anche gli uomini - dopo aver individuato la pietra che più parla al loro cuore, creano direttamente in atelier, a quattro mani con Milena, il loro gioiello.

Un pezzo unico, com'è unico il diamante verde per esaltare il quale un collare, un paio di orecchini, un bracciale ven-



PASSIONE CREATIVA
A sinistra: Milena Garatti. A destra: Anello in oro bianco con diamanti incolori e di fancy rose, e al centro uno green.

gono progettati e realizzati. Maestri orafi, incastonatori e lucidatori, secondo i rituali dell'alta gioielleria tramandati attraverso le generazioni, si mettono all'opera per magnificare i green diamonds. Anche se, per la famiglia Garatti, la cosa più bella, impossibile da dimenticare, è sempre l'arrivo, in atelier, dell'ultimo acquisto. Che poi è sempre l'ultimo amore, dal quale non ci si vorrebbe mai separare. «Ci crede? È un mo-

LUCE PREGIATA
Si ispira al colletto d'epoca la collana settecentesca, con diamante verde centrale. Anche il necklace Metropolis, in bianco, sfoggia un'incredibile diamante verde da 5 carati. Tutto Garatti.



F.



F NUMERI TEMATICI

- **GENNAIO:** RUBRICHE GIOIELLI
- **FEBBRAIO:** SERVIZIO GIOIELLI
- **MARZO:** SERVIZIO GIOIELLI
- **APRILE:** SERVIZIO GIOIELLI
- **LUGLIO:** FOCUS GIOIELLI E BIJOUX ESTIVI
- **SETTEMBRE:** FOCUS GIOIELLI E OROLOGI FESTIVAL DI VENEZIA
- **OTTOBRE:** RUBRICHE OROLOGI
- **NOVEMBRE:** GIOIELLI E OROLOGI
- **DICEMBRE:** CHRISTMAS ISSUES

MODA MOODBOARD

di *Valentina Fagni*

«Ogni pezzo ha la consistenza salutare di rocce, pietre levigate e alberi. La fluidità dell'acqua, del vento e del tempo».

NATURA

La collezione *Essence di Pandora* celebra l'armonia con noi stesse e con ciò che ci circonda. Tutti i gioielli – in totale cinquanta pezzi – in argento sterling o placcato oro giallo 14 carati, con perle d'acqua dolce coltivate e cubic zirconia, sono dinamici e componibili. Mutevoli, come la natura, e unici, come ogni donna.

FLUIDA

«I gioielli sono astratti, materici, rappresentano l'idea di libertà e invitano al tatto».

«Le forme organiche e sinuose della natura si ritrovano in ogni creazione».

IN PRODUZIONE INTERAD - 12771 ARBIS

83

MODA MAKING OF

di Valentina Fagnì

INGEGNERO PREZIOSO

Ispirata ai tubi del gas pressurizzato degli Anni '20, l'iconica maglia Bvlgari è un tributo all'essenza pionieristica della Maison e, oggi più che mai, ne è testimone, con i nuovi gioielli in oro giallo.

UNO SGUARDO AL FUTURO

Dopo anni di studio, i laboratori di ricerca e sviluppo, assieme ai maestri orafi della Maison, hanno messo a punto una macchina in grado di imitare il movimento degli orologi.

ISPIRAZIONE VISIONARIA

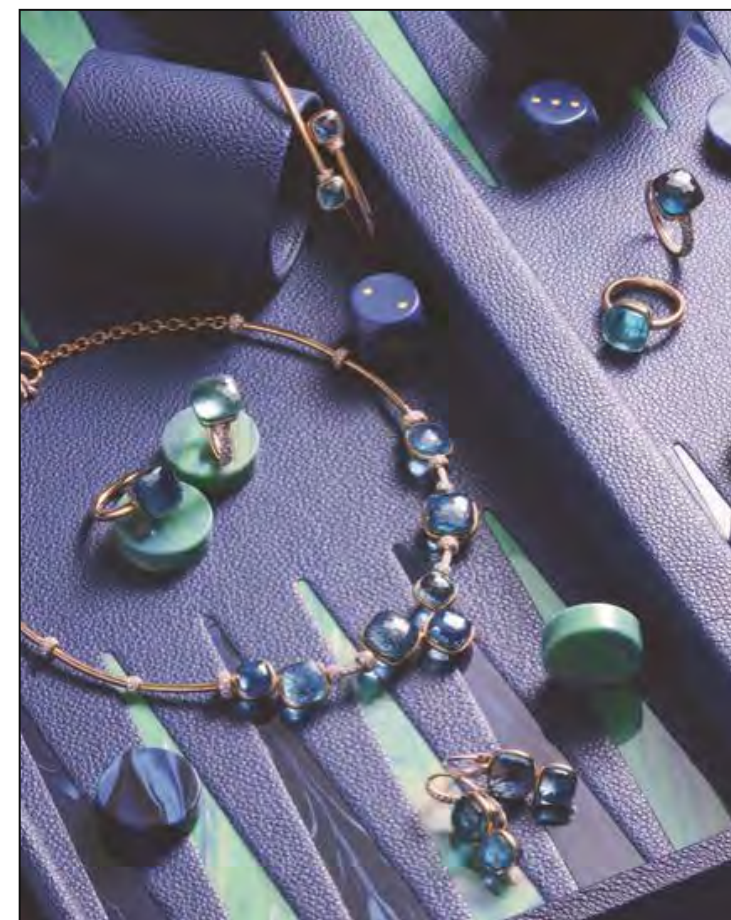
Nato nel 1948 dalla passione di Bvlgari per la sperimentazione e come leitmotiv del primo orologio Serpenti, Tubogas si distingue per la perfetta fusione tra funzionalità ed estetica.

MAESTRIA ARTIGIANALE

Una fascia flessibile da bravi orologiai, realizzata a mano senza saldature, avvolgendo lunghi fili in oro attorno a un'arma in legno o rame che poi viene rimossa.

IMMAGINE ASSOCIATI - GUSTAVO BIANCHI (2)

106



STYLE MAGAZINE.



APRILE & NOVEMBRE

Style Magazine

FASHION ISSUE

Un **progetto unico**, in edicola con il Corriere della Sera due volte l'anno (aprile e novembre), a cura di **Alessandro Calascibetta** e prodotto dalla redazione di Style Magazine.

Un **design** che enfatizza e riafferma fortemente la sua anima fashion specializzata: più spazio per **l'immagine**, la **presenza di grandi fotografi internazionali**, **Fashion cover** e ulteriore veicolazione di contenuti su **style.corriere.it** e sui **Social Media** di Style Magazine.



Style Magazine

NUMERI TEMATICI

- **NOVEMBRE:** SPECIALE OROLOGI



**A. Lange & Söhne
1815 Chronograph**
Cassa da 39,5 mm in oro
bianco, quadrante nero
in argento, cinturino in pelle
di alligatore. Movimento
a carica manuale di manifattura,
funzione cronografo,
autonomia di 60 ore.
Distribuita da P&A 1940.

Richard Mille RM 72-01
Cassa da 38,4 x 47,34 mm in oro
bianco, quadrante nero,
cinturino in oro.
Movimento a carica
automatica di manifattura,
cronografo Flyback, autonomia
di 50 ore.



**Rolex Oyster Perpetual
Cosmograph Daytona**
Cassa da 40 mm in oro giallo
supermassima a 10 atmosfere,
quadrante funzione lancetta,
bracciale Oysterflex.
Movimento a carica
automatica di manifattura,
con funzione cronografo,
autonomia di circa 70 ore,
certificato Cronometro
Superlativo.



Menstyle

di Giovanni de Ruvo

Foto di Paola Dossi

La forza radicale del total black

**Bulgari Octo Finissimo
Skeleton 80 yrs**
Cassa da 40 mm in acciaio
inossidabile con rivestimento oro
permanente. Quadrante
a sfondo nero, quadrante
skeletonizzato, cinturino
in acciaio. Movimento a carica
manuale di manifattura,
skeletonizzato, ultrapiatto,
bracciale Patek, oro,
autonomia di 192 ore.



Rado Anatom
Cassa da 32,5 x 45,3 mm
in ceramica, quadrante
nero, bracciale
in ceramica. Movimento
a carica automatica, giranti
antimagnetici. Resistenza
autonomia di 72 ore.

**Bell & Ross BR-01 Skeleton
Phantom Ceramic**
Cassa da 41 mm in acciaio
inossidabile, quadrante
nero, bracciale
in acciaio. Movimento
a carica automatica,
permanente a quarzo,
autonomia di 54 ore.

CORRIERE.

Giovedì, 2 Dicembre 2021 www.corriere.it

CORRIERE DELLA SERA

Orologi
TENDENZE, PROTAGONISTI, NOVITÀ, CONSIGLI

Ritorno al futuro

L'orologeria si rilancia con un nuovo senso di unicità, nato dall'incontro tra tecnologia e lavorazioni artigianali. Una sezione speciale dedicata ai mestieri d'arte



Occorrono sei mesi di lavoro prima che un orologio A. Lange & Söhne funzioni perfettamente. Poi viene smontato di nuovo.



Il LANGE 1 CALENDARIO PERPETUO è un segretissimo per intenditori che apprezzano la differenza nei dettagli. Tipico di Lange, l'orologio viene montato due volte, per assicurare la massima qualità. La configurazione decentrata del quadrante e l'anello periferico dei mesi caratterizzano il design del LANGE 1 CALENDARIO PERPETUO. Un'altra peculiarità è rappresentata dall'indicazione della fase lunare con indicazione giorno/notte integrata. Il nuovo modello è disponibile in oro rosa o, limitato a 150 esemplari, in oro bianco. www.alange-soehne.com

PISA 1940
Via Piero Veni 7
20121 Milano - Tel. 02 760891
www.pisawatch.com

A. LANGE & SÖHNE
GLASHÜTTE / SA

GIUGNO & DICEMBRE
corriere

DORSO OROLOGI

Il **Dorso Orologi** del Corriere della Sera eredita tutto il gusto, l'equilibrio e il prestigio di Corriere, offrendo ai suoi lettori un **percorso di lettura approfondito e completo**.

Dallo stile semplice ed efficace, sa unire un'**analisi tecnica ed accurata degli orologi** ad articoli di economia, sport, cultura ed a libere associazioni di idee sul **tema del tempo**, collegandosi ad arte, spettacolo, protagonisti e tendenze del mondo dell'orologeria.

GAZZETTA.



LUGLIO gazzetta OROLOGI

Il dorso **interamente dedicato all'orologeria** esplora le **novità** e le **tendenze dell'estate**, mettendo lo **sport** al **centro della narrazione**.

Dagli orologi subacquei ai modelli pensati per discipline outdoor e lifestyle, il racconto attraversa mondi come **vela**, **tennis**, **golf**, **surf** e **sport acquatici**, valorizzando tecnologia, design e precisione.

Uno speciale che unisce **passione sportiva e alta orologeria**, con focus sulle evoluzioni del mercato e sui brand protagonisti della stagione.



LUGLIO & NOVEMBRE

sportweek

SPECIALE GIOIELLI & OROLOGI

Porta il **mondo della gioielleria e orologeria** all'interno di un contesto unico, in cui sport, stile e lifestyle si incontrano. Un'occasione per **raccontare collezioni, trend e brand** attraverso un linguaggio contemporaneo, rivolto a un **pubblico dinamico, influente e attento all'estetica**, ai consumi e alle passioni che definiscono il proprio stile di vita.

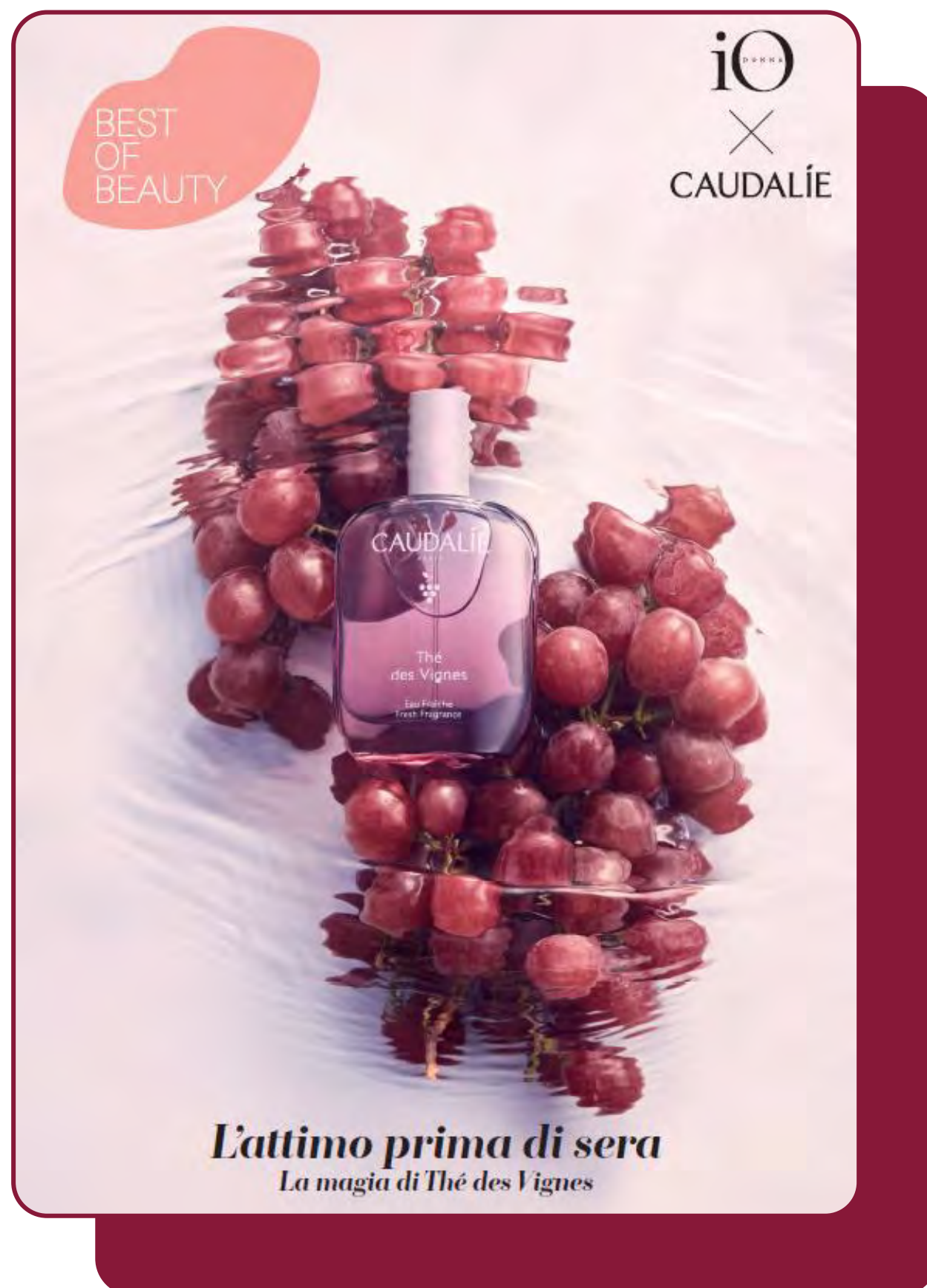


SPECIALE GIOIELLI



SPECIALE OROLOGI

SPECIAL OPERATIONS.



NEVER SEEN BEFORE

OPERAZIONI SPECIALI IN CARTOTECNICA

Le **operazioni speciali in cartotecnica** sono **formati “never seen before”** pensati per **arricchire l’esperienza di lettura** e **trasformare il magazine in un oggetto ancora più distintivo**. Sono progetti preziosi e curati nel dettaglio, in cui il brand si integra in modo naturale con l’impianto editoriale: non pura pubblicità, ma **una commistione tra racconto e valorizzazione del brand**, con un **effetto sorpresa che invita a fermarsi, aprire, scoprire**.

A seconda dell’obiettivo, **possono prendere forme diverse** (gatefold, battente, cover speciali, inserti) e — quando previsto — **possono includere rimandi a contenuti extra** (es. QR code) e/o estensioni multicanale.

IO DONNA SEGNALIBRO

Con l'obiettivo di valorizzare al massimo i formati **Advertorial** realizzati a quattro mani con e per i brand partner, **nasce il formato IO DONNA SEGNALIBRO**.

Un groupage introdotto da una pagina in carta speciale, seguito da una doppia pagina di racconto.

Come si sviluppa:

- Massimo impatto visivo in apertura e un approfondimento testuale di valore
- Un mini racconto del brand, con news di prodotto, curiosità e contenuti dedicati all'azienda
- Possibilità di integrare un QR code per rimandare a contenuti extra.



IO DONNA SCELGO

iO Donna Scelgo è un progetto speciale dedicato alla moda, introdotto da una cover esclusiva che unisce il logo del brand partner a quello della testata.

Il cuore del format è un **gatefold interno al giornale**, in cui la redazione interpreta i brand con shooting ad hoc o materiali dedicati, offrendo uno **storytelling originale** e un **forte endorsement editoriale**.

La back cover del gatefold ospita un approfondimento sul brand, con possibilità di inserire un QR code per accedere a contenuti extra. Un'occasione di visibilità unica, pensata per valorizzare al massimo prodotto e identità del partner.



EDITORIAL TAKEAWAY

TABLOID & GAZETTE

Il **tabloid (o Gazette)** è un **progetto editoriale speciale** pensato per portare il racconto del brand fuori dal magazine e dentro la città.

Non una semplice brochure, ma un vero House Organ: un prodotto agile, curato e riconoscibile, realizzato con lo sguardo e la credibilità della testata.

Distribuito in modo mirato - fuori dai punti vendita, durante grandi eventi o in luoghi chiave del territorio - **il tabloid trasforma il brand in una storia che vive letteralmente nelle mani delle persone**, creando contatto diretto, memorabilità e relazione.

Può raccontare un brand, un prodotto, un progetto o un evento ed è spesso integrato da presidi fisici (hostess, cart, edicole brandizzate) e da amplificazioni digital e social, diventando un'esperienza editoriale completa e ad alto impatto.

Possiamo realizzare il tabloid con tutte le nostre testate.



TABLOID & GAZETTE



io DONNA PER GUCCI

AMICA PER VESPA



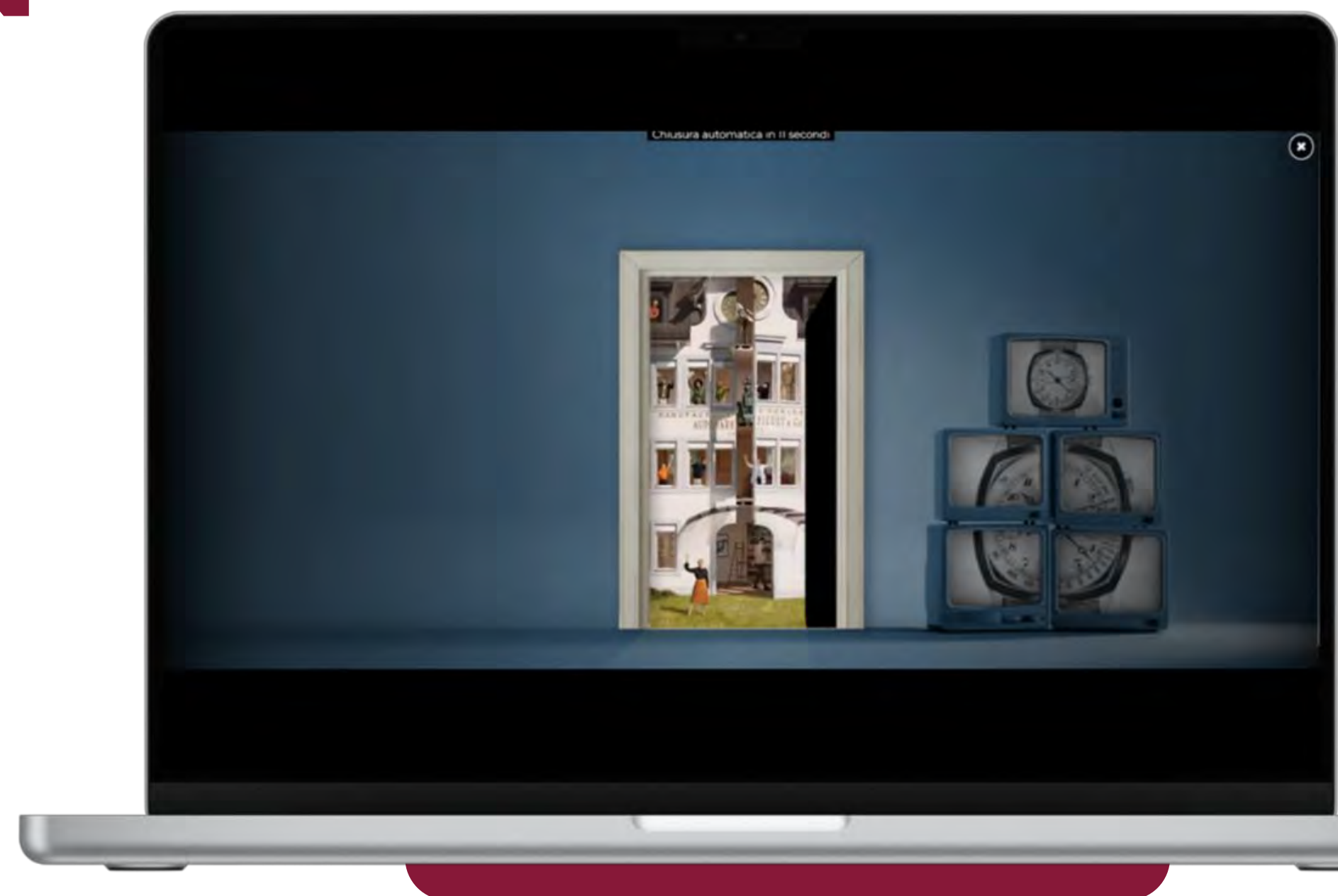
NEVER SEEN BEFORE

FORMATI SPECIALI DIGITAL

Formati ad alto impatto che combinano **animazioni, video e audio per catturare immediatamente l'attenzione dell'audience e favorire l'interazione con il contenuto.**

Soluzioni creative **completamente personalizzabili** — dall'apertura alle animazioni, fino ai contenuti — che, sull'homepage della testata, dedicano per alcuni secondi l'attenzione dell'utente esclusivamente al brand, **condensando i valori della campagna in un messaggio veloce, memorabile ed efficace.**

[LIVE DEMO](#)



BRANDED CONTENT.



PRINT

L'Advertorial riesce a calarsi perfettamente nello stile della testata diventandone parte integrante e godendo della **fiducia del lettore**. Permette di aumentare l'**efficacia** di una campagna pubblicitaria, fornendo **informazioni** maggiormente **dettagliate** e **approfondite** su **brand** e sui loro **prodotti**.



SOCIAL

Contenuti che per **grafica** e **Tone of Voice** rispecchiano l'**identità** della testata. Format **tailor made** prodotti attraverso una rilavorazione grafica degli **asset del brand** o **produzioni video**, per una creatività perfettamente integrata nel tessuto editoriale del profilo.



DIGITAL

Contenuti realizzati e proposti con le stesse logiche dei **contenuti della testata: integrati nel flusso** di notizie ed in linea con il contesto nel quale sono inseriti. Permettono al Brand di **catturare l'attenzione** degli utenti nel modo più **spontaneo** ed **efficace** possibile.



PODCAST

Il **vodcast di Amica** dedicato ai grandi temi della moda, che unisce **approfondimento, stile** e **autorevolezza**, arriva alla sua terza edizione. Quest'anno il progetto si è ampliato con 5 puntate interamente focalizzate sui **GIOIELLI**, per raccontare creatività, tendenze, protagonisti e storie di eccellenza attraverso uno sguardo contemporaneo e distintivo.



SOCIAL SERIES

IO DONNA - SHE'S 30

La Social Series "She's 30" dedicata ai **TRENT'ANNI di iO Donna**. Una serie di puntate stand-alone dedicate al tema "**AVERE 30 ANNI: STORIE DI VALORE**".

Saranno **5 EPISODI** dal **taglio leggero**, ognuno incentrato su una donna diversa, raccontata nel suo **ambiente quotidiano**.

Ciascuna protagonista sarà pronta ad aprirsi, condividendo **forza, fragilità, passioni e sfumature personali**. Un racconto **aperto, fresco e dinamico**, pensato per celebrare la ricchezza e la pluralità delle esperienze femminili.

La **prima stagione** è stata sponsorizzata da **Crivelli**.

RELAZIONE.



eventi IN STORE

CairoRCS Media offre **soluzioni personalizzate** per valorizzare gli eventi, **amplificando iniziative esistenti**, organizzando **attività in-store** o creando **eventi esclusivi** firmati CairoRCS.

Grazie alla nostra esperienza, trasformiamo ogni occasione in un'**opportunità di connessione** e **valorizzazione del brand**.

FORMAT PROPERTIES



Fab!

CASA FAB! @SANREMO

CASA Fab! nel cuore vivo di Sanremo come quartier generale di divertimento e intrattenimento e come fucina di contenuti: ogni giorno creator, artisti, volti noti e ospiti inattesi pronti a raccontarsi, giocare e mettersi in scena senza filtri.



AMICA

AMICA & L'ARTE

Amica celebra il legame tra moda e arte con un **progetto speciale dedicato alla Biennale di Venezia**. Un percorso editoriale ed esperienziale che vive su magazine, digitale on fied attraverso attivazioni sul territorio e una gazette distribuita in città.



AMICA

AMICA BOOK CLUB

Amica Book Club: uno degli appuntamenti più distintivi del brand. Questo nuovo evento inaugura un progetto dedicato al dialogo tra moda, cultura e narrazione contemporanea. Un **club esclusivo che fonde moda e letteratura**, pensato per chi vive lo stile non solo come espressione estetica, ma come arte e cultura.



StyleMagazine

VISIONI

Il maschile di Corriere, offre al pubblico momenti di contenuto di alto profilo e incontri con personalità di calibro internazionale. Sul palco, per un'intera giornata, pensatori, creativi, imprenditori e professionisti di mondi differenti con l'obiettivo di **raccontare «visioni del futuro che cambiano il presente, azioni nel presente che cambiano il futuro»**.

GRAZIE.

CairoRCS Media