

Media DeAByDay, si rinnova il digital magazine De Agostini che mette le donne al centro

La testata cambia pelle in ambito design e user experience. A suggellare il cambio d'identità una ricca gamma di rubriche, serie video e podcast. Ma prende il via anche un canale sui fatti più rilevanti dell'attualità, riletta attraverso i protagonisti d'ispirazione per l'universo femminile

DeAByDay, il digital magazine femminile di De Agostini Editore, si rinnova con un nuovo design e una nuova user experience a supporto di un nuovo approccio ai contenuti, che saranno più ricchi, più vari, più approfonditi e orientati a una femminilità libera, esigente e complessa, come la realtà in cui è immersa. Così, da ieri fino al primo giorno di primavera, DeAByDay regalerà due settimane di contenuti realizzati ad hoc e rubriche inedite per

condividere con il pubblico la sua nuova identità. Tra le novità in partenza si segnalano:

- "Satisfashion", una serie di podcast e video curati da Andrea Batilla (@andreabatilla, esperto di moda e costume, con alle spalle una lunga carriera come direttore creativo e docente) che porteranno i lettori alla scoperta delle curiosità sulla moda per ribaltare gli stereotipi più comuni su cosa vuol dire essere fashion.
- "Ohm Sweet Ohm (Yoga e Meditazione)", 21 podcast curati dall'insegnante di yoga Renata Centi (@renata_rinata) per un percorso di 21 giorni di meditazione e 10 video di tips con esercizi per lavorare sul proprio benessere fisico e mentale.
- "Magnifiche Perennial": una serie di video talk che metteranno a confronto Millennial vs Perennial; le baby boomers del web

(@magnificheperennial) si confronteranno sui temi della cultura della Generazione Y.

- "Pick your beauty", i beauty tips curati dall'esperta di bellezza Mara De Marco (@marademarcomu) per scegliere accuratamente i make-up più adatti a valorizzare ogni donna.
- "Yummy dummies", ricette a prova di "incapacy" a cura di Sofia (@cucinare_stanca).
- "Le donne contano", una rubrica a cura di Claudia Segre (@claudia_segre; founder di Global Thinking Foundation) pensata per diventare una guida pratica dedicate a donne indipendenti nello spirito, nel lavoro e, soprattutto, nel portafoglio.
- "Vita da Mamma": direttamen-

te dalla voce di una delle community di mamme più ingaggiate e rilevanti della rete nasce una rubrica settimanale destinata a esplorare in profondità i temi più cari alle "digital moms", curata direttamente da Federica Federico, creatrice e anima della pagina Facebook dedicata a tutte le mamme. Tutti i contenuti del network sono ideati, curati e realizzati da DeAFactory (www.deafactory.it), la Content Unit di Digital De Agostini che, da anni, oltre ad alimentare i mezzi digital dell'editore, è ampiamente attiva sul mercato per mettere il proprio know how e la propria esperienza al servizio dei brand.

FONTE D'ISPIRAZIONE

"Il progetto DeAbyDay, nato per ispirazione al mondo del come fare, utile e creativo, spiegato attraverso il video, oggi è pronto per diventare qualcosa di più ampio, sfaccettato e complesso, come la realtà in cui le donne contemporanee si trovano a vivere - spiega Pierfrancesco Gherardi, Managing Director Divisione Digital De Agostini -. Ecco perché, da oggi, oltre a informa-

zioni pratiche e utili, le lettrici troveranno anche storie e punti di vista originali che speriamo siano fonte di ispirazione per la vita di tutti i giorni". Continua e si rafforza, intanto, la partnership con A.Manzoni & C., concessionaria esclusiva per la raccolta pubblicitaria sul network. "Siamo molto soddisfatti - afferma Raimondo Zanaboni, Presidente di A.Manzoni & C. - del percorso che DeAByDay ha intrapreso



deabyday
TUTTE LE DONNE CHE SEI

NUOVA
GRAFICA

.....

NUOVI
CONTENUTI

Cosa c'è di più bello di una donna in rinascita?

SCOPRI
IL NUOVO SITO



in questi anni e che culmina, nel 2021, nel rinnovamento del sito e in contenuti inediti, creati ad hoc per il target femminile. DeABYDay e il network di siti associato sono delle testate strategiche all'interno dell'offerta AMC dedicata al mondo delle donne". Nella top 5 dei network femminili più visitati in Italia il network DeABYDay raggiunge mensilmente circa 8 milioni di utenti unici; 14 milioni di pagine viste e oltre 5 milioni le video views (fonte: dati Editore/Mapp, media gennaio-dicembre 2020). Oltre a DeABYDay, sito flagship, il network digitale De Agostini comprende: Cure-Naturali.it per gli appassionati di benessere olistico e green lifestyle; Sapere.it (il portale dedicato alla conoscenza e alla cultura); Crescita-Personale (sito dedicato al benessere psicologico ed emozionale); Vitadamamma ed Eticamente.