

televisioni

Accordi Nuova collaborazione tra Condé Nast e Fox International Channels Italy per il format Pausa Pranzo

Su FoxLife la serie da 10 puntate dedicata alle donne che lavorano e che non rinunciano alla loro bellezza; partner sono Myself e Pupa Milano

■ Prosegue la collaborazione tra Condé Nast e Fox International Channels Italy con Pausa Pranzo, il nuovo programma di FoxLife in onda da domenica 29 settembre alle 19:35. La serie prevede dieci puntate da trenta minuti, realizzate dalla casa di produzione Stand By Me. In questa occasione la partnership è con Myself, il mensile diretto da Valeria Corbetta che si rivolge a un target femminile adulto e impegnato sia sul fronte della famiglia sia professionale. La serie ha come obiettivo insegnare alle donne che lavorano a valoriz-

zarsi con piccoli trucchi e in poco tempo grazie ai consigli di tre esperti: la personal stylist Barbara Del Sarto, Giorgio Forgani, global make up artist di Pupa, e l'hair stylist Emanuele Vona. Partner della trasmissione in qualità di make up sponsor è Pupa Milano. Come funziona: i tre esperti vengono chiamati da colleghe e amiche per offrire alla fortunata protagonista una "pausa pranzo" all'insegna del trucco, parruccho e consigli di stile. Il modello di collaborazione tra i due editori è già stato sperimentato in occasione di School of Glam, che sanciva la collaborazione con il mensile Glamour. Concepito per offrire soluzioni di comunicazione multiplatforma su tv, carta e web, School of Glam ha generato 230mila spettatori in sette giorni (audience cumulate tra

prima, repliche, FoxLife +1 e +2), mentre sul target donne over 35 abbonate a Sky e con classe socio-economica medio alta/alta i dati sono stati: 0,7% di share tv e 2,4% di share Sky. Pausa Pranzo è anche sul web con un minisito dedicato, stream facebook e twitter, video extra come "Pausa Pranzo in Pillole" con i consigli dello stesso make up artist Forgani. «Un brand totalmente al femminile come Pupa incontra un'emittente con una forte propensione verso il mondo delle donne. Il format ci ha coinvolto sin dal primo incontro con l'editore» commenta Cinzia Pirovano, advertising manager di Pupa. «Abbiamo sposato il format in toto - continua la manager -, tanto che è nato un mini programma totalmente dedicato al make up, "Pausa Pranzo in Pillole", che vuole essere un estratto della trasmissione,

condotta dal nostro make up artist Giorgio Forgani». Il responsabile della Video Factory del gruppo editoriale Condé Nast, Claudio Scotto Di Carlo, aggiunge: «L'iniziativa unisce le anime che più accomunano i due brand. "Pausa Pranzo", nello specifico, è uno show che calza a pennello alla lettrice di Myself, una donna lavoratrice, attenta a tutto, moderna e in perenne cambiamento, ma che spesso dà più attenzione al mondo attorno a sé, alla famiglia e al lavoro, che non a se stessa». A Pausa Pranzo è dedicata la campagna "La pausa ti fa bella" on air sui canali di Fox International Channels Italy su Sky, sponsorizzata con codini Pupa Milano, declinata su stampa per tutte le testate Condé Nast e sui totem presenti in circa 3500 profumerie dislocate su tutto il territorio nazionale.



I tre esperti

