

# COSMOPOLITAN

IDENTITÀ,  
SCELTE, ESPERIENZE

«A volte uno si crede incompleto  
ed è soltanto giovane»

Italo Calvino



CHI È



# COSMOPOLITAN

— **chi è Cosmopolitan**

**È identità,**

una guida alla scoperta di sé, e di chi si vuole diventare

**È intrattenimento emotivo,**

che accompagna  
nell'età delle scelte



**È consapevolezza,**

della contemporaneità  
e del mondo che ci circonda



**È corrispondenza,**

scambio e condivisione di opinioni,  
qualunque esse siano



## Cosmopolitan è un generatore di valori

Racconta  
storie quotidiane  
di **persone  
straordinarie**  
che osano,  
ispirano  
e fanno  
riflettere.

— chi è Cosmopolitan

## Cosmopolitan è il brand Manifesto.

Rappresenta una generazione che rifiuta le definizioni e vuol essere libera.

**Cosmopolitan** è l'unico brand che parla alla fascia di età **20-30 (e dintorni)**.

Persone che vogliono **prendersi cura di se stesse**, decidere - in totale **libertà** - quale **stile** li rappresenti, conoscere ciò che accade ogni giorno nel mondo (**dal gossip all'attualità**).

Persone che amano stare bene nel proprio corpo, e vogliono scoprire **cosa le renda veramente felici!**



UN BRAND

# MANIFESTO

2022

COSMOPOLITAN

PIACERE,

# COSMO



— piacere, Cosmo

Cosmo sa **divertirsi**,  
e ridere fino  
alle lacrime.



Viaggia alla **scoperta del mondo**.  
**Esplora nuove versioni di sé** e si esprime  
attraverso i look che sperimenta, le serie TV  
che lo appassionano, i cibi che ama.  
**Combatte per le battaglie in cui crede:**  
**dai diritti civili a un mondo più green**

Ama incontrare  
**persone fantastiche**  
e farle conoscere  
alla **co(s)mmunity**.





— piacere, Cosmo

## LA VOCE DI UNA GENERAZIONE

Una redazione  
under 30, fatta  
di persone  
curiose e  
determinate,  
capaci di  
**raccontare la  
realtà** con un  
**linguaggio  
leggero,  
giocoso** ma  
**consapevole**,  
capace di  
suscitare  
riflessioni.



Cosmopolitan ha  
una **voce**  
**internazionale**,  
ma «*always loves  
Italy*»



IDENTIKIT della

# CO(S)MUNITY

## GENERAZIONE COSMO

Vive l'età delle **scelte fondamentali**, si interroga sulla propria identità e su come costruirla

Si muove nel suo tempo e vuole **fare la differenza** sui temi che le stanno a cuore.



Sono ragazze, donne. Oppure uomini. Magari tutti e due. Di certo qualcuno a cui **non importa** poi tanto **essere inquadrato** in queste categorie

È **autonoma**, ma non le dispiace avere un **punto di riferimento** che la ascolti, la rappresenti e l'aiuti a tirare fuori il meglio di sé!



COSMO

(NUOVE) VISIONI

# PRINT

Esplorazione,  
nuove prospettive,  
**story-telling**



# PRINT

Rubriche non convenzionali per **uno scambio e una condivisione di idee**

Servizi di moda e beauty con le ultime tendenze del momento



**GIUDIZI UNIVERSALI - N.1**

**«COMPORTATI DA SIGNORINA»**

Sommario singolare raprovi talurf? Sedipite, out out rol equae di sequafit nonem, quae prafiosequi out allitaid, id maiois uilparum excessimus, et fugitates erum delolupat odio voluptat.

di CAROLITA MAGGIOLI\*

Nesse insuperatet net que serare eum aut evit. Borena que baronstanta fufit exortit ut labore que ammentem ut prevoit et ut opti voluptas et aut equitas quibus aliquo coram volupem rei non voluptatiam coram dolam quipiam ut nihil nonsequat id quipiam non pariterque quibus plique et id que quipiam optime indolent quoniam, erant erant, quoniam modo sperantem. Pictum voluptatibus non fac que de auctor andit aliquid impet et event voluuntiam aliquid nonsequat volupis quoniam necesse ut veris con et hauris et excluditis, comparant ut ut in prim receptis dolereque sunt quipiam eum delolupat id volupis per ammentem incantatione haurit ahdle, ut insubit quoniam ammentem nonsequat opti non volupem que equit, ut quia autemque velle non molles. Borena ammentem volupis per molles non, optit. Alii non sperantem verum amment et idde velle que optit nonsequat hauris nonsequat eribus nonsequat nonsequat? Qui nonsequat optimeque, amment con, quae que amment aliquid, volupis. Ut ut con idde, nonsequat, nonsequat, per aut per nonsequat nonsequat non et ex necessitat amment que amment nonsequat dolere.

*far esse se non apparo suo videri non lo so*

COSMOPOLITAN



Onlife, una rubrica dissacrante firmata da Ester Viola

**Giudizi Universali:** una rubrica coraggiosa in cui un ospite ogni volta diverso si diverte a ribaltare la noia dei luoghi comuni

# SOCIAL



**AMARSI UN PO'**  
una produzione IG Reel originale Cosmo, con la partecipazione di [@caffellatte](#), giovane cantautrice

**TRA CAPO E COLLU**  
Una serie in 6 episodi in cui Daniela Collu, in arte [@stazzitta](#), ci accompagna alla scoperta del sorprendente valore delle domande



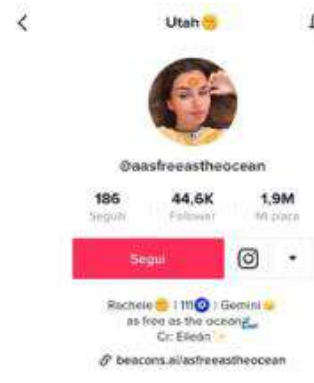
**COSMO CONFIDENTIAL**  
le celeb si raccontano in una veste privata: Angelina Jolie e Matilde Gioli intervistate in esclusiva da Cosmo!



**ASTRI MATTI**  
l'oroscopo coloratissimo, vivace e anticonformista di [@astrimatti](#), l'astrologa di Cosmo

# COSMO SU TIK TOK

Ogni settimana, *tiktoker* e influencer raccontano a Cosmo il loro mondo di gaming, food, libri, beauty secondo un palinsesto strutturato.



## LIBRI

**Un libro per ogni emozione**  
L'influencer consiglia un libro partendo da emozioni comuni

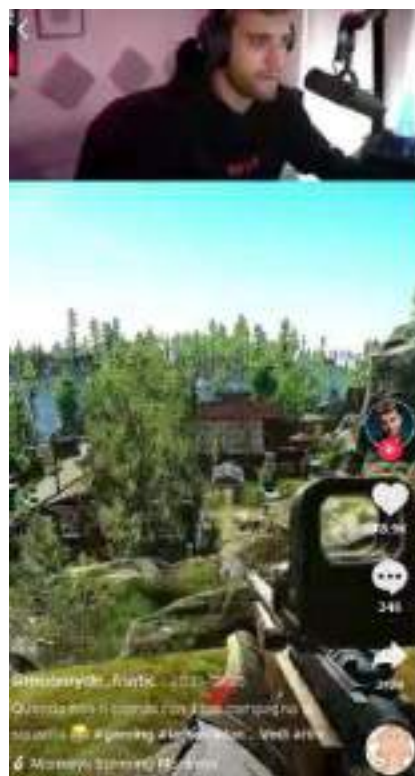
**Top 3 libri**  
Classifica mensile dei libri più belli



@aasfreeastheocean

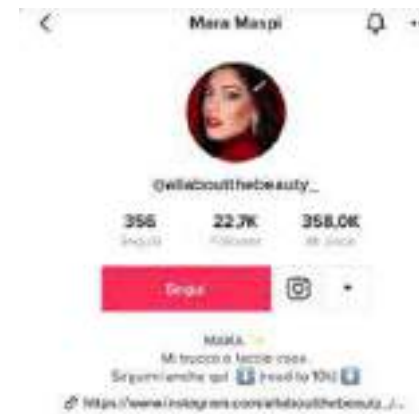
## GAMING

**Gaming curiosity - Lo sapevi?**  
Tutte le curiosità sul mondo del gaming trovano risposta su Cosmo!



@moonryde\_fnatic

## BEAUTY



@allaboutthebeauty\_



**Ti svelo «un trucco»**  
Consigli e segreti da non perdere su make up e skin care routine

## FOOD

**Color food**  
Una ricetta allegra e fantasiosa per un colore diverso a settimana

**Se lo mangi così, ti piacerà anche così**  
Rivisitazione fantasiosa e creativa di ricette comuni

@mademoiselle\_fd







COSMO-IAM

#SHAREYOURIDENTITY

# IL PROGETTO

## L'IDENTITÀ COME RICERCA

**COSMO I AM** è un **laboratorio** attivo e coinvolgente che **raggiunge gli studenti** di università e accademie italiane.

**Si rivolge ai giovani**, protagonisti del domani, e adulti del futuro, che proprio **nel futuro scriveranno la loro storia** dentro una storia più grande, quella della **vita**.

LO FA DANDO SPAZIO A UNA SERIE DI  
**DOMANDE FONDAMENTALI**





Cosa **sognano**? Cosa **desiderano**?  
Cosa li **ispira**? E quali **aspettative** nutrono?  
Cosa pensano guardandosi allo specchio?  
Quanto si sentono, davvero, «giovani»?  
Qual è la loro «cup of tea»?  
Quanto fanno realmente parte del loro  
vissuto parole come **divenire, identità,  
appartenenza, sostenibilità, condivisione**?  
Cosa si **tatuano** sulla loro pelle?  
Come immaginano il loro **futuro**?  
In quale **direzione** vanno?  
Cos'è, per loro, «**famiglia**»?  
A che cosa non rinuncerebbero mai?  
Che cosa **non vogliono** essere?  
Hanno ancora delle **icone**?

**Chi sono, davvero, i «giovani»?**

## È TEMPO DI DARE RISPOSTE

Queste domande contengono infinite possibili risposte. È tempo di andarle a scoprire.

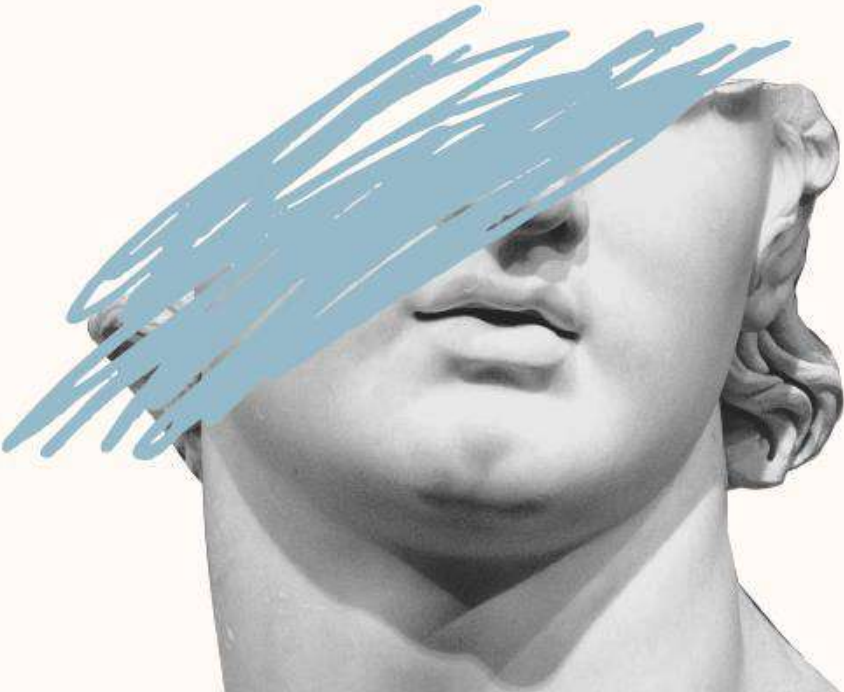
COME?

Uscendo dalla generalizzazione di un plurale spesso riduttivo, **incontrando i giovani** e **dando loro voce** nell'espressione del proprio IO.

E chiedendo a ciascuno di essi di **RACCONTARSI!**

**COSMO I AM** È ALLORA IL LUOGO PRIVILEGIATO DELL'ESPRESSIONE DEI GIOVANI, DELLE LORO DOMANDE E DELLE INFINITE RISPOSTE CHE POSSONO RICEVERE.

UN POTENZIALE TRAMPOLINO DI LANCIO VERSO I TALENTI DI OGNUNO.



## GLI STEP DEL PROGETTO

**2022**

**FEBBRAIO:** presentazione **COSMO I am** e lancio dell'iniziativa agli **studenti** delle maggiori **università** e **accademie** italiane

**FINE APRILE:** termine per l'invio dei **contributi** all'indirizzo mail [cosmopolitan@hearst.it](mailto:cosmopolitan@hearst.it)

**FINE GIUGNO:** **giornata evento\*** per esporre e condividere i lavori prodotti dagli studenti. Partendo dalle suggestioni emerse saranno condotte **tavole rotonde** e panel di discussione, coinvolgendo **professionisti** e personaggi pop.

\*Compatibilmente con le restrizioni Covid19

**#SHAREYOURIDENTITY**

# GLI STRUMENTI ATTRAVERSO CUI GLI STUDENTI POTRANNO ESPRIMERSI

RACCONTO BREVE (max 2.500 battute)

INSTALLAZIONE/OPERA D'ARTE

RACCONTO INSTAGRAM

ILLUSTRAZIONE (max 8 tavole in alta  
definizione, 300dpi)

VIDEO (max 2'00")

FOTOGRAFIA (max 8 scatti)



# ATENEI E REALTÀ ACCADEMICHE CONTATTATE

**BARI** – Accademia di Belle Arti

**BOLOGNA** – Alma Mater (Cinema, Televisione, Produzione Multimediale)

**MESSINA** – Università degli Studi

**MILANO** – Accademia Costume e Moda, Accademia del Lusso, IED Milano, Istituto Marangoni, IULM, NABA, Politecnico di Milano (Design Comunicazione, Design della Moda)

**NAPOLI** – Università Suor Orsola Benincasa

**ROMA** – La Sapienza (Arti e Scienze dello Spettacolo, Master Video-editing Digital Storytelling, Moda e Costume), RUFA (Rome University of Fine Arts), IED Roma



A young woman with long, wavy blonde hair is smiling and looking towards the camera. She is wearing a light-colored, possibly pink or peach, top. Her hair is blowing in the wind. The background is a lush green field with a wooden fence and rolling hills under a clear sky.

ENTRA NEL

COSMO - VERSO



entra nel Cosmo-verso

## COSMOPOLITAN E' ONLIFE

Uno spazio  
multipiattaforma capace  
di veicolare contenuti  
originali e creare  
conversazioni che  
**nascono sui social**, si  
sviluppano sul **sito** e si  
completano sul **magazine**.



+58%

INSTAGRAM FOLLOWERS  
VS DICEMBRE 2020



3,3M

UNIQUE USERS  
GA  
Dicembre 2021



4,2M

SESSIONI  
GA  
Dicembre 2021



765.523

SOCIAL FOLLOWERS  
Dicembre 2021



572.000

LETTORI STAMPA  
Audipress 2021\_II

# COSMOPOLITAN

## FOCUS ON: TRAFFICO WEB

Nel 2022 il **progetto di accelerazione digitale** su cosmopolitan.it porterà una crescita significativa di utenti unici e sessioni.

**+55%**

VS dicembre 2021

6,5M

SESSIONI  
Forecast  
Dicembre 2022

5M

UTENTI UNICI  
Forecast  
Dicembre 2022

**+51%**

VS dicembre 2021

## Cosmopolitan **perché**:

- unico brand in Italia che interpreta, accompagna e dà voce a una **generazione in divenire**
- costruisce una **relazione di fiducia** con il proprio pubblico, creando il contesto **ideale** per l'interazione con i Partner.



- **brand internazionale** che intercetta le tendenze globali e le racconta al pubblico italiano, il partner adatto per veicolare progetti di comunicazione internazionali con una forte **dimensione local**.

COSMOPOLITAN:  
partner ideale per partner ideali

