

# MEDIA KIT 2026

TUTTO NUOVO!

N. 1 MAGGIO 2026

# Viversani & belli

IL TUO EQUILIBRIO QUOTIDIANO

€ 1,50  
PREZZO DI  
LANCIO

**LONGEVITÀ**

IL DIGIUNO  
ALLUNGA  
LA VITA?

**VERONESI**

COME STARE  
MEGLIO DOPO  
UN TUMORE

**CELLULITE**

**3** TRATTAMENTI  
CHE FUNZIONANO  
DAVERO

**famiglia & lavoro**

COME GESTIRE UN BEBÈ E VINCERE L'ORO

**CASA**

CREA  
IL TUO  
ANGOLO  
RELAX

**DETOX**

CON LA MEDICINA  
DOLCE BASTA  
UN WEEKEND

**ICTUS**

HO RITROVATO  
LA PAROLA  
GRAZIE AL  
MIO PET

**BUONUMORE**

MIGLIORA CON  
LA DIETA DEL RISO  
E PERDI PURE UNA TAGLIA

## Ritrova la tua forma

CON LE RICETTE INCLUSIVE, GLI  
ALLENAMENTI INVISIBILI, UNA PASSEGGIATA  
A CAVALLO... O UNA FUGA NEI LUOGHI DEL

*benessere*



ANNO XXXV - MENSOLE - € 2,40 - ITALY ONIT - Pirella Göttsche Pirella s.p.a. - Spedizione in Abbonamento Postale - D.L. 353/2003 (convertito in Legge 27/02/2004 n. 46) art. 1, comma 1, LOUVI - P.I. 0919472026



### Viversani&belli

è il magazine che insegna a vivere meglio, oggi rilanciato in una nuova veste mensile da **Edizioni Morelli**.

Forte di una storia editoriale iniziata nel 1992, il brand evolve con un nuovo progetto grafico e di contenuti, ampliando il proprio sguardo sul benessere, inteso come equilibrio tra persona, ambiente e relazioni. Proprio i valori che Edizioni Morelli ha condensato nel proprio payoff **#qualityliving**.

Punto di riferimento per salute, bellezza, wellness e alimentazione, il nuovo Viversani&belli integra nuovi ambiti centrali nella vita quotidiana: la casa come luogo nel quale si concentrano le buone pratiche del vivere sano e il mondo dei pet, fonte di serenità e benessere per oltre 10 milioni di famiglie italiane.

Maura Prianti, giornalista di lunga esperienza e già parte della redazione per oltre 20 anni, assume il ruolo di direttore editoriale con al fianco una squadra di esperti.



## LE SEZIONI DELLA RIVISTA

Vivere in equilibrio (salute, psicologia, fitness)

Vivere con gusto (alimentazione, ricette)

Vivere con stile (beauty, make up)

Vivere la casa (arredamento, giardinaggio, pet)

Vivere la natura (viaggi, terme, natura)

Il magazine propone servizi e approfondimenti redatti con un linguaggio chiaro e accessibile, supportati dal contributo di **specialisti e professionisti**, per offrire informazioni **affidabili e soluzioni concrete**.

Dalla cura di sé alla qualità degli spazi abitativi, dal rapporto con gli animali domestici al benessere della famiglia, Viversani&belli affronta i temi del vivere quotidiano con competenza, misura e attenzione ai bisogni reali delle lettrici. Non mancano rubriche dedicate alla gestione della vita familiare, ai figli, agli anziani, ai consumi consapevoli e alla tecnologia.

La rivista si chiude con un approfondimento sul turismo a contatto con la natura, fonte di benessere.



## Stile e identità visiva

Il nuovo Viversani&belli ha una grafica rinnovata, contemporanea e immediata, pensata per una lettrice curiosa, informata e attenta alla qualità della propria vita.

**Un magazine che rinasce con l'obiettivo di recuperare una readership fedele che, anche nel recente passato, ha coinvolto fino a mezzo milione di persone.**

<b>Readership: 470.000 lettori</b> (profilo socio-demografico) (di cui 87% donne)		
Analisi target donne	% comp.	I.C.
25-44 anni	28	106
Laurea o diploma superiore	58	113
Professioni qualificate*	32	137
Reddito oltre 2.650 €	40	135
Classe socio-economica da medio superiore a superiore	19	147
Presenza di bambini 0-13 anni	30	105

Fonti: Readership Audipress 2020-I. Ads. Ultima rilevazione LUGLIO '20



### VERSIONE DIGITALE

- pdf sfogliabile per tablet e smartphone



### 2 NEWSLETTER AL MESE

- nuovo numero
- contenuti web&social



### VERSIONE CARTACEA

- formato 200x260
- carta patinata lucida da 70 g

### DIFFUSIONE CARTA + DIGITALE

La tiratura per il 2026 è di 120.000 copie a numero con una diffusione prevista di 80.000 copie considerando la versione cartacea e quella digitale.

#### Canali di distribuzione versione digitale



+5.000 riviste  
Focus Italia + UK  
e Nord Europa



+7.000 riviste  
e quotidiani con  
traduzione istantanea  
12 milioni di utenti  
attivi mensili



+6.000 riviste  
+10 milioni di clienti  
in 200 paesi  
Focus USA



App  
Store



Google  
Play



[www.viversaniebelli.it](http://www.viversaniebelli.it)

Edizioni Morelli ha previsto una campagna di comunicazione a sostegno del lancio previsto per il 9 aprile che si basa su diverse azioni:

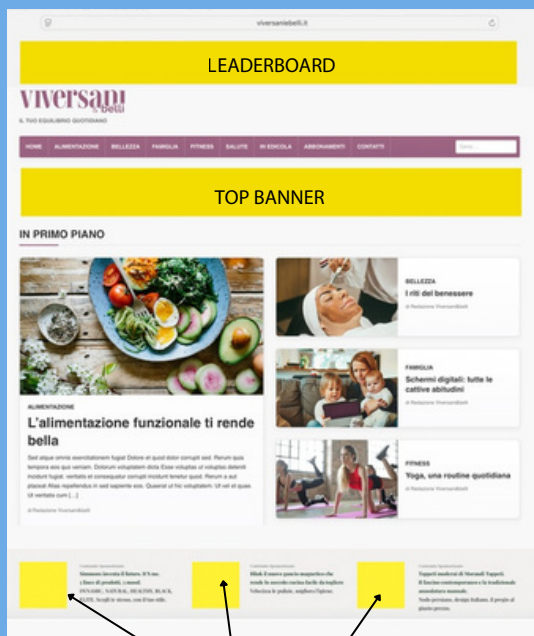
**Tiratura di oltre 120 mila copie e prezzo di lancio di € 1,50 per il primo numero poi € 1,90 per tutto il 2026**

- Campagna promozionale con affissioni nella metro di Milano (1,1 milioni di passeggeri al giorno) e con ledwall in 4 grandi piazze di Milano + un team di social influencer per estendere la campagna sui canali digitali che saranno presidiati (Facebook e Instagram)
- Vetrine sponsorizzate nelle edicole di stazioni e aeroporti
- Campagne social con diverse creatività per raggiungere più tipologie di target
- DEM e newsletter destinate ai lettori delle altre riviste di Edizioni Morelli (oltre 100.000 contatti)
- Extra tiratura abbinata alla rivista Home!



Viversani&belli si inserisce nel network Edizioni Morelli soprattutto per l'affinità di target con la rivista Home! quindi ogni mese le due riviste saranno vendute in abbinata con una tiratura aggiuntiva di 30.000 copie e il sovrapprezzo di 1 euro

### BANNER



SPAZIO PARTNER

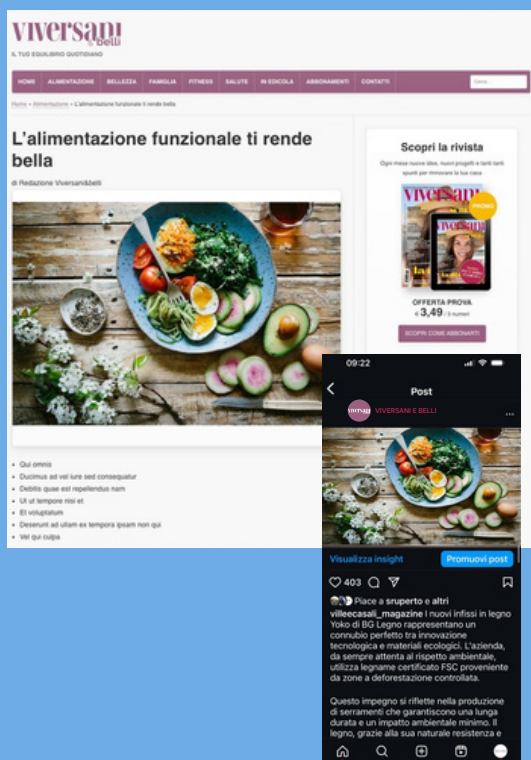
### NEWSLETTER



### DEM



### PUBBLIWEB



Partendo da un comunicato stampa, un giornalista esperto del settore, realizza un articolo ottimizzato per la SEO per un'efficace indicizzazione. L'articolo entra in home page nella sezione "In primo piano" e poi viene archiviato nella sezione "Top Brand".

Al momento della pubblicazione, l'articolo viene promosso attraverso banner interni alle altre sezioni del sito. Una volta pubblicato sul sito, viene condiviso sui canali social della testata attraverso un post dedicato e tag dell'azienda. I post vengono sponsorizzati per garantire il raggiungimento di tutta la fan base.

Dopo la pubblicazione del post viene realizzata una storia su Instagram con testi e immagini d'impatto dell'articolo. La storia viene poi montata come video per diventare un Reel che rimane nella bacheca del profilo della testata oltre le 24 ore.

### LE NOSTRE RIVISTE



### LE NOSTRE PUBBLICAZIONI

#### COFFE TABLE BOOK



#### CALENDARI



#### LIBRI



#### EDIZIONI MORELLI

Edizioni Morelli raggiunge offline e online ogni mese oltre 3 milioni di persone di livello socio economico elevato che leggono i contenuti online e acquistano riviste e abbonamenti attraverso lo shop on line.

#### DISTRIBUZIONE LIBRERIA

Alcune pubblicazioni della casa editrice sono presenti nel canale libreria (catene + librerie indipendenti + Amazon).

#### UN NETWORK DI RIVISTE QUALIFICATE CON AMPIO CRM

Oltre 100 mila utenti registrati che saranno sollecitati a conoscere il nuovo Viversani e Belli.

#### PARTECIPAZIONE A FIERE ED EVENTI IN TUTTA ITALIA

## I FILE ESECUTIVI ANDRANNO INVIATI A [grafica@viversaniebelli.it](mailto:grafica@viversaniebelli.it)

### CALENDARIO CONSEGNE

COPERTINA	CONSEGNA PDF
MAGGIO	20 marzo
GIUGNO	30 aprile
LUGLIO	29 maggio
AGOSTO	29 giugno
SETTEMBRE	21 luglio
OTTOBRE	31 agosto
NOVEMBRE	30 settembre
DICEMBRE-GENNAIO	03 novembre

Vi preghiamo di tenere conto di tutte le seguenti caratteristiche tecniche per l'elaborazione della creatività\*:

- PDF di qualità tipografica
- Compatibilità Acrobat 7.0 (PDF 1.6)
- Immagini a 300 DPI in CMYK (i colori Pantone, se utilizzati, vanno trasformati in quadricromia)
- Font incorporate
- Segni di taglio al vivo del documento (spostamento di almeno 5 mm, spessore 0,25 punti)
- Non inserire le barre colore nella produzione del pdf
- Non trasformare i testi in tracciati
- ATTIVARE I LINK IN PAGINA  
REQUISITO INDISPENSABILE X L'IDONEITÀ

### PAGINA SINGOLA

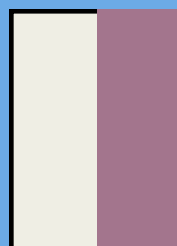


- formato al vivo 200 x 260 mm (base x altezza)  
+ 5 mm di abbondanza su ogni lato comprensivi di segni di taglio

(formato totale compresa abbondanza 210x270)

Testi, loghi, marchi e indirizzi dovranno rimanere interni al formato al vivo di almeno 5 mm.

### DOPPIA COLONNA

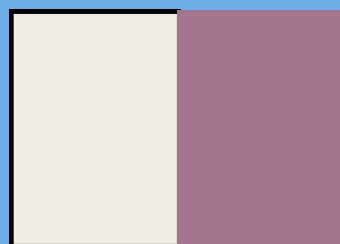


- formato al vivo 122 x 260 mm (base x altezza)  
+ 5 mm di abbondanza su ogni lato comprensivi di segni di taglio

(formato totale compresa abbondanza 132x270)

Testi, loghi, marchi e indirizzi dovranno rimanere interni al formato al vivo di almeno 5 mm.

### DOPPIA PAGINA



- fornire 2 pdf singoli comprensivi di segni di taglio
- formato al vivo 200 x 260 mm (base x altezza) + 5 mm di abbondanza su ogni lato

Testi, loghi, marchi e indirizzi dovranno rimanere interni al formato al vivo di almeno 5 mm.

### CELLOPHANATURA NAZIONALE O REGIONALE

**\*Qualora non fossero rispettate tali indicazioni non saremo responsabili della qualità di stampa della pagina**

## FORMATI TABELLARI

- Top banner – formato 1400 x 250 pixel max 150kb + link di puntamento
- Leaderboard – formato 728 x 90 pixel max 90kb + link di puntamento
- Spazio partner – formato 150 x 150 pixel max 90kb + testo di 120 caratteri + link di puntamento

## NEWSLETTER

La sponsorizzazione della newsletter comprende i seguenti spazi:

- + leaderboard 728 x 90 pixel max 90kb
- + banner 300 x 250 pixel max 60kb
- + testo di 250 battute

## DEM

Fornire i materiali necessari alla composizione di uno a scelta dei due modelli che invieremo

- foto orizzontale (72dpi in jpeg con base di almeno 1600px e di peso non superiore ad 1MB )
- testi secondo le indicazioni di ognuno dei modelli OGGETTO: max 70 battute spazi inclusi + LINK di atterraggio

## PUBBLIWEB

Articolo pubbliredazionale (min 600 – max 1000 parole ) + post social + storia + mini reel (max 30 secondi e usando le immagini della storia)

I formati delle immagini accettati sul sito sono i seguenti: JPG – GIF – PNG e dovranno rispettare i pesi indicati per essere pubblicati. Le campagne web devono arrivare al massimo 10 giorni prima della messa online.

Tutte le campagne sono soggette all'approvazione dell'editore per la pubblicazione cartacea e la messa online. L'editore si riserva il diritto di rifiutare un soggetto pubblicitario per la pubblicazione cartacea o la messa online in caso non sia conforme alle caratteristiche tecniche richieste e di rimuovere un annuncio dal proprio sito in qualsiasi momento e per qualsiasi ragione.

Verranno rifiutate o bloccate in ogni momento creatività che:

- Presentino colori, elementi grafici e terminologia eccessivamente simili al contesto editoriale in cui sono inseriti e tali da indurre in inganno l'utente.
- Non rispettino tassativamente i pesi, i formati e gli standard indicati.
- Presentino errori di ortografia, bassa qualità delle immagini (sgranate, tagliate male) e allusioni erotiche.
- Non presentino nella DEM chiari riferimenti del logo e del nome dell'inserzionista.