

## Persone Andrea Brambilla in Conti Editore per il rilancio di AM e la direzione editoriale dei periodici

di Silvia Antonini

Lascia RCS dove dirigeva il sistema Yacht&Sail; il mensile allegato di Tuttosport e Corriere dello Sport/Stadio si apre a moda e lifestyle, in sinergia con l'inserto Follow Me dei quotidiani

**L**a Conti Editore punta a crescere nel settore del lifestyle e degli eventi con il rilancio di AM, mensile allegato dei quotidiani Tuttosport e Corriere dello Sport-Stadio (Gruppo Amodei), che dal 1° marzo sarà affidato alla direzione di Andrea Brambilla. Sempre Brambilla assumerà anche l'incarico di direttore editoriale di tutti i periodici della Conti, ossia Autosprint, Motosprint (settimanali); Auto, In Moto, Guerin Sportivo e, appunto, AM. Quest'ultima testata vanta 460mila lettori (dati Audipress), e una diffusione di 128.467 copie (Ads novembre 2012): «L'obiettivo del riposizionamento del giornale – spiega Brambilla – è quello di allargare l'area di interesse al campo del lifestyle e della moda per creare anche una sinergia con Follow Me, inserto dedicato a questo tema che esce mensilmente sui quotidiani sportivi del gruppo. Il giornale resta comunque focalizzato sul tema dei motori». AM viene diffuso il primo giorno del mese in allegato obbligatorio con i quotidiani sportivi al prezzo complessivo di 1,50 euro, poi resta in edicola autonomamente al costo di 1 euro. L'inserto Follow Me, interno alla foliazione dei quotidiani, esce il 15 del mese, ed è un prodotto ge-

stato dalla concessionaria Sportnetwork. «Attraverso Follow me stiamo cercando di guadagnare nuove fette di mercato presso settori merceologici legati al mondo del lifestyle» spiega l'a.d. della concessionaria, Massimo Martellini, che conferma per le testate della Conti Editore trend di raccolta pubblicitaria in linea con il mercato dei periodici, che secondo i dati FCP nel 2012 ha perso il 18% degli investimenti. Brambilla porta in Conti Editore l'esperienza maturata in RCS Pe-

riodici come responsabile del sistema Yacht&Sail, prodotto multimediale cui recentemente si è aggiunta una fidelity card che ha già raggiunto 12mila adesioni. La sua esperienza spazia da tv, internet e e-commerce alla organizzazione di eventi e manifestazioni, sempre più centrali nell'offerta del Gruppo Amodei, che sarà oggetto di importante sviluppo. Il rilancio di AM sarà completato da un restyling grafico e supportato da una tiratura di oltre 500mila copie.