



**ANNO DI NASCITA:** 2000

**DIRETTORE:** Matteo Dore

**PERIODICITÀ:** Settimanale

**DIFFUSIONE**

**MEDIA ANNO:**

182.987 copie Ads 2017

**READERSHIP:** 646.000 lettori

(adulti) Audipress 2019.1

**Sportweek** è il settimanale di approfondimento de La Gazzetta dello Sport.

Unico settimanale di sport e stili di vita in Italia, parla all'universo maschile in modo attuale, moderno e ricco di passione. Sportweek fa vivere le emozioni e lo spettacolo dello sport in modo originale attraverso immagini suggestive e impattanti, ampi servizi ricchi di informazioni e approfondimenti, focus sui grandi campioni.

Da ottobre 2017 Sportweek è tutto nuovo, con un formato più grande e con grafica e contenuti profondamente rinnovati; infatti diventa grande nel formato (23 x 28,7 centimetri), per valorizzare le immagini e i contenuti, ma soprattutto nel carattere e nel tono di voce. Acquisisce un taglio editoriale ancora più autorevole e indipendente, entra nel dibattito con opinioni forti, cavalca le tendenze e le passioni maschili, rafforzando ancor più la sua leadership; infine, è reso più leggibile, più moderno e più dinamico grazie alla nuova struttura, articolata su tre sezioni molto ben riconoscibili: Sport Best, Sport People e Sport Style.

Il nuovo SportWeek parte dal mondo dello sport per raccontare lo stile di vita contemporaneo, e propone un punto di vista sempre riconoscibile ed esclusivo, con prese di posizione chiare su fatti e personaggi, raggiungendo il pubblico più esigente con immagini incisive, storie di persone, notizie selezionate, approfondimenti esclusivi Il rapporto più stretto tra carta e digitale vede inoltre una presenza rafforzata su Gazzetta.it e un maggior uso dei social per far crescere l'interazione con i lettori.

Molte sono le possibilità di comunicazione di Sportweek: dalla sponsorizzazione degli speciali, vere e proprie guide agli eventi che il magazine costruisce in occasione dei grandi appuntamenti sportivi e che soddisfano le necessità di informazione anche dei lettori più esigenti; alla contestualizzazione in una delle tre sezioni per dare continuità e focalizzazione in base a obiettivi di comunicazione specifici:

1. **Impatto:** posizioni top e firme editoriali nello Sport Best;
2. **Presidio:** contestualizzazione nei servizi sui personaggi nello Sport People;
3. **Segmentazione:** presenza continuativa nello Sport Style: Moda, Auto, Moto, Alimentazione, Sport attivo, Tecnologie, Spettacolo, Viaggi e Cultura.