



Rolling Stone, per il secondo anno consecutivo, è felice di confermare la media partnership con quello che riteniamo uno dei più interessanti appuntamenti culturali che animano le serate dell'autunno milanese e non solo: il Milano Film Festival. La collaborazione con il Festival cinematografico milanese nasce da un territorio culturale comune e da un'attitudine autentica, entusiasta e spontanea, che è alla base sia della linea editoriale di *Rolling Stone* che della programmazione artistica del Milano Film Festival. In particolare *Rolling Stone* patrocinerà *Soundoc*, la rassegna dedicata ai documentari musicali, e sarà anche parte attiva - tramite collaboratori e redattori - della presentazione delle singole proiezioni.

CHE COS' È

Rolling Stone è come un paio di jeans. Un prodotto classico, alternativo, senza tempo, fuori dalle mode. *Rolling Stone* parte dallo spunto offerto dal suo fratello maggiore, *Rolling Stone America*, e da un pretesto, quello musicale, ambito culturale dentro al quale si ritrova il vasto bacino dei suoi lettori. Ma, è importante sottolinearlo, *Rolling Stone* non è un giornale di musica. È un magazine che guarda allo stile del rock'n'roll come a un'attitudine condivisa da chi si riconosce nei seguenti valori: libertà, coraggio, intelligenza, vitalità. La musica è sempre un pretesto per decollare (perché contiene tutte le caratteristiche elencate) ma è la base da cui *Rolling Stone* parte per esplorare altri affascinanti mondi: il cinema, la moda, lo sport, l'arte, il gioco e anche la politica. *Rolling Stone* racconta di vite con stile, non di stili di vita.

Leggere *Rolling Stone* riserva sempre delle sorprese, di gusto e sapore ogni volta diversi. *Rolling Stone* è in linea con i suoi lettori, che non appartengono a un target di età ben definito, ma che rispondono tutti ad alcune caratteristiche comuni che identificano un nuovo e più contemporaneo mercato. Nel vasto gruppo dei lettori di *Rolling Stone* l'elemento di comunione non è quindi rappresentato dall'età o dallo status sociale. Ma da un'attitudine e da un modo di essere.

Rolling Stone non è un maschile, non è un musicale, non è un lifestyle in senso stretto. È un vero e magazine di stile che, amando viaggiare, tocca territori diversi.

A CHI SI RIVOLGE

Rolling Stone ha fascino perché è vero, perché dà corpo e forma e voce alla generazione trasversale a cui si rivolge. Una generazione composta non da persone della stessa età, ma dalle persone che leggono il giornale, che si ritrovano nei suoi gusti e nelle sue scelte. Un club esclusivo, più che una generazione. *Rolling Stone* sa che il suo lettore - e la sua community - ama ridere, degli altri e di sé stesso, gli piace approfondire gli argomenti, guardare immagini di qualità che sanno raccontare una storia. *Rolling Stone* si rivolge a un lettore che apprezza un comportamento vitale, spiazzante, non formulato, ma istintivo e non classificabile. A un lettore che conosce il lusso di poter leggere storie anche lunghe, di soffermarsi a lungo sulle fotografie, un lettore che apprezza la calma e l'ordine delle pagine di *Rolling Stone* in netta contrapposizione al linguaggio editoriale frammentato, caotico e sincopato dei due decenni precedenti.

DIRETTORE RESPONSABILE: CARLO ANTONELLI

Ufficio Stampa Rolling Stone:
Mara Vitali Comunicazione Tel 02 70108230
Monica Ripamonti 348 0608294
monica@mavico.it - www.mavico.it