

Professioni

CasaFacile ha 20 anni e crea la Casa delle case

Una casa nomade con mobili e oggetti con più funzioni che si possono spostare da un ambiente a un altro, bilanciare la voglia di design con marchi low cost e ancora la diatriba tra chi ama i pensili aperti e chi preferisce non doverli spolverare oppure risparmiare 3 mila euro, tra l'altro, stando attenti a spegnere gli elettrodomestici in stand-by: tra mode, aspirazioni e un occhio ai costi così cambiano le abitudini degli italiani, il loro modo di viverle e di sentirsi tutti un po' **architetti**. Ecco perché CasaFacile esce oggi in edicola con un numero speciale (184 pagine brossurate, di cui 53 pubblicitarie, carta nuova, 1,5 euro). L'occasione sono i festeggiamenti per i primi 20 anni del brand del gruppo Mondadori, da 10 anni sotto la direzione di Giusi Silighini, che nel 2017 celebrerà l'anniversario con workshop e laboratori creativi. Intanto il

2016 del mensile ha segnato un +6% sul 2015 nella raccolta pubblicitaria. Con il numero speciale «approfondiamo come sono evoluti la realtà abitativa degli italiani e il loro gusto», spiega a ItaliaOggi Silighini. «Lo facciamo raccontando la Casa delle case, quella dei sogni e del futuro, attraverso parole chiave come flessibilità, connessione digitale e multifunzionalità. L'importante resta sempre, così come da quando sono arrivata alla direzione di CasaFacile, spiegare il dettaglio delle cose, il perché di quello stile in modo che i lettori possano ricrearlo e sentirsi anche loro interior stylist». E se l'edizione cartacea del magazine (oltre 194 mila copie carta+digitale, secondo Ads) propone temi e promuove nuovi corsi, www.casafacile.it dà alcuni anticipi dei nuovi numeri e li riprende durante la loro vita in edicola mentre Facebook alimenta le discussioni (per esempio: piante in camera da letto sì o no? Dove vanno posizionati i punti luce?). A Instagram, infine, veicolare le immagini. Su Facebook i fan sono oltre 245 mila, 75 mila quelli di Instagram, per una total audience di quasi 1,5 milioni di contatti. Per seguire ogni piattaforma, nella squadra di Silighini sono entrati 24 blogger e più di 100 **architetti** e interior stylist. Tra le novità ci sono online le video-pillole a cura del



giornalista Giorgio Tartaro. «Creiamo e alimentiamo la nostra community», aggiunge il direttore nato professionalmente a Centocose, «valorizzando ogni articolo, per esempio le rubriche che non devono mai essere slegate dal resto del giornale e, soprattutto quelle tecniche (cosa chiedo agli installatori di infissi e caldaie?), devono sempre mantenere lo stile di un racconto». Il pubblico di CasaFacile è composto prevalentemente da lettrici intorno ai 35 anni o da giovani coppie. Per loro il mensile confeziona dieci allegati l'anno su temi green, ristrutturazioni e in particolar modo sul «décor inteso come fai-da-te, riutilizzo e trasformazione». Ma le casa di vip e **architetti** professionisti non possono essere una guida per i lettori? «Dipende», chiosa Silighini. «Se non rispettano i nostri canoni, nemmeno loro vengono pubblicati».