

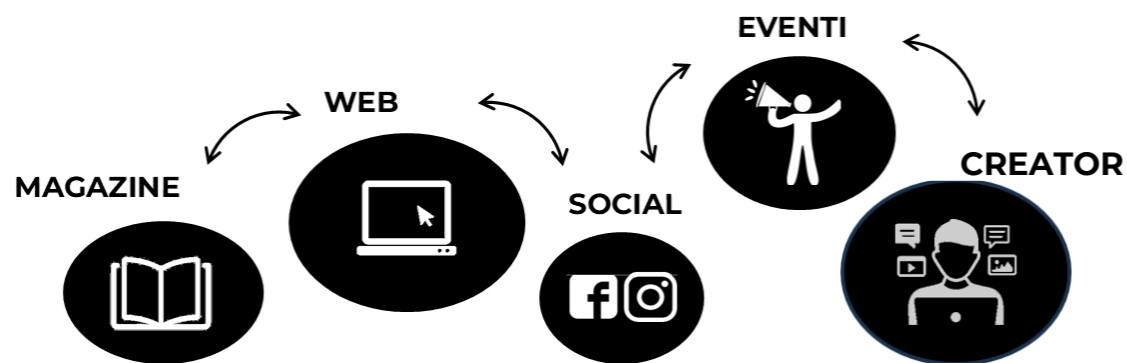
# CASA facile

Media kit 2026



# Il sistema CasaFacile

**CasaFacile** è una piattaforma di comunicazione completa, la **più grande community di appassionati di decorazione e arredamento**.



**2 MLN di contatti lordi**



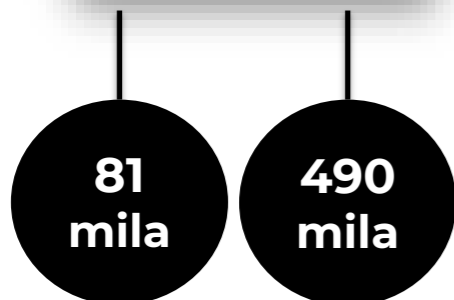
# Diffusione e audience

Direttore Responsabile: **Francesca Magni**

**MAGAZINE**

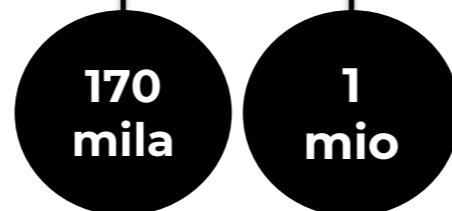
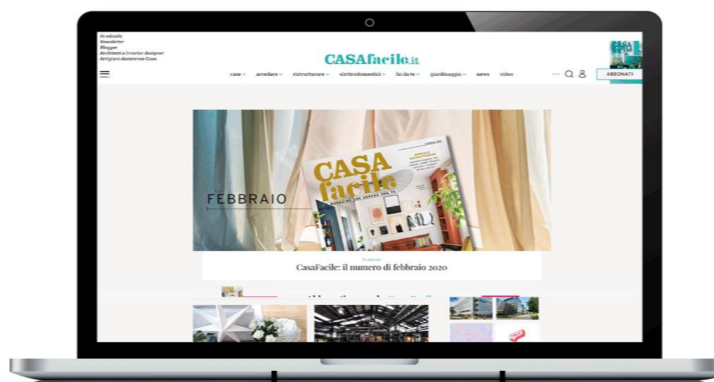
Periodicità: **mensile**

Prezzo di copertina: **2,50 €**



Diffusione  
(ads sett 2025)

Lettori mensili  
(stima editore)



Utenti unici  
(Ga4, sett- nov 25)

Pagine viste  
(Ga4, sett- nov 25)



**62%**  
**DONNE**

**38%**  
**UOMINI**



**49%**  
**DONNE**

**51%**  
**UOMINI**



**92%**  
**DONNE**

**8%**  
**UOMINI**



**25-34: 28%**  
**35-44: 28%**

**35-44: 35%**  
**45-54: 32%**

# Posizionamento e mission

CasaFacile è

**ASPIRAZIONALE**

**accessibile**

**AUTOREVOLE**

La missione di CasaFacile è accompagnare il lettore alla scoperta delle novità e dei trend del mondo casa-arredo-design, offrendo vere e proprie 'guide allo stile' dedicate a chi vuole personalizzare le proprie scelte.



# Target

CasaFacile si rivolge ad un **target femminile**, core 25-44, di **appassionate di arredamento e alla ricerca di soluzioni smart e accessibili per arredare gli ambienti e di ispirazioni per creare il proprio stile.**

La lettrice di CasaFacile è interessata ai nuovi trend dell'abitare; la casa per lei rappresenta un'estensione della propria personalità. È il luogo per esprimere sé stessa, per coltivare le sue passioni e per vivere in armonia con gli altri. Attenta alla gestione degli spazi e in cerca di soluzioni che rispondano alle sue esigenze abitative e sempre in cerca di idee e ispirazioni per realizzare i suoi progetti.



# Gli asset del Brand

## REDAZIONE

**Un'unica redazione** - print e digital - autorevole e competente **costantemente aggiornata sugli ultimi trend del mondo digitale e coinvolta nella gestione dei progetti di comunicazione per i clienti.**

## COMMUNITY

**Un seguito di 1,3 MLN di followers** che fanno di CasaFacile **la community di appassionati di arredo e decor più rilevante nel panorama social italiano.**

## CREATOR

**Un network di 68 creators** costantemente in crescita selezionati e **coordinati dalla redazione** ed attivabili sui progetti di comunicazione per i clienti.



*Il ricamificio*

Mollì  
Coradazzi



*Il semenzaio delle idee*

Beatrice  
Redaelli



*Interior Notes*

Mariana  
Bettinelli



*Ispirando*

Martina  
Zonno



*A Tiny Travel Story*

Daisy  
Romaniello



*Amanda Deni RossoTibet*

Amanda  
Deni



*Anabella Veronesi*

Anabella  
Veronesi



*ArchitettaMi*

Francesca  
Peratoni



*Basil Green Pencil*

Maykol  
Andreotti



*Buon Brunch*

Luca  
Fiorini



*Cappello a bombetta*

Serena  
Scuderi



*Casa\_per\_caso*

Veronica  
Iani



*Casagrandesign*

Martina  
Uzzo



*Casa per la testa*

Chiara e Ilaria  
Goccione



*Casa tascabili*

Valentina  
Romano



*Chroniclesoflivi*

Marijana  
Josifoski



*Cucinama*

Elena  
Formigoni



*\_dennyjo\_*

Denise  
Giordanello



*Dilli Dalli*

Francesca  
Rinaldi



*e\_tantifloridililla*

Serena  
Villa Alicata

# Punti di forza del Brand

## UN POSIZIONAMENTO DISTINTIVO

CasaFacile riesce a **unire gusto estetico e servizio**: racconta case bellissime offrendo soluzioni pratiche, **rendendo l'ispirazione immediatamente fruibile generando "sogni possibili" per la casa**. Il suo obiettivo non è solo mostrare case perfette, ma fornire soluzioni concrete e accessibili per arredare e vivere meglio i propri spazi.

## AUTOREVOLEZZA E CHIARA BRAND IDENTITY

CasaFacile **si esprime con grande coerenza su tutte le sue piattaforme**. Lo stile, il gusto sono riconoscibili e identitari. Questa coerenza ha permesso al brand di costruire **una solida autorevolezza verso la sua community**.

## COMMUNITY INCLUSIVA

CasaFacile si distingue per la sua capacità di **costruire una community inclusiva, offrendo ispirazione di alta qualità ma focalizzata sulla sua concreta applicabilità quotidiana**.

È stata pioniera nel settore editoriale nell'utilizzo del contenuto generato dagli utenti (UGC) con le "Case dei lettori" e nella creazione di eventi digitali e fisici. **Questo trasforma i lettori, gli utenti e i follower da semplici spettatori in partecipanti attivi, creando un legame di fedeltà molto forte**.

# Una vera community

CasaFacile ha costruito nel tempo una vera e propria community coinvolta e che partecipa attivamente alle iniziative del brand.

## QUALITÀ DEI CONTENUTI

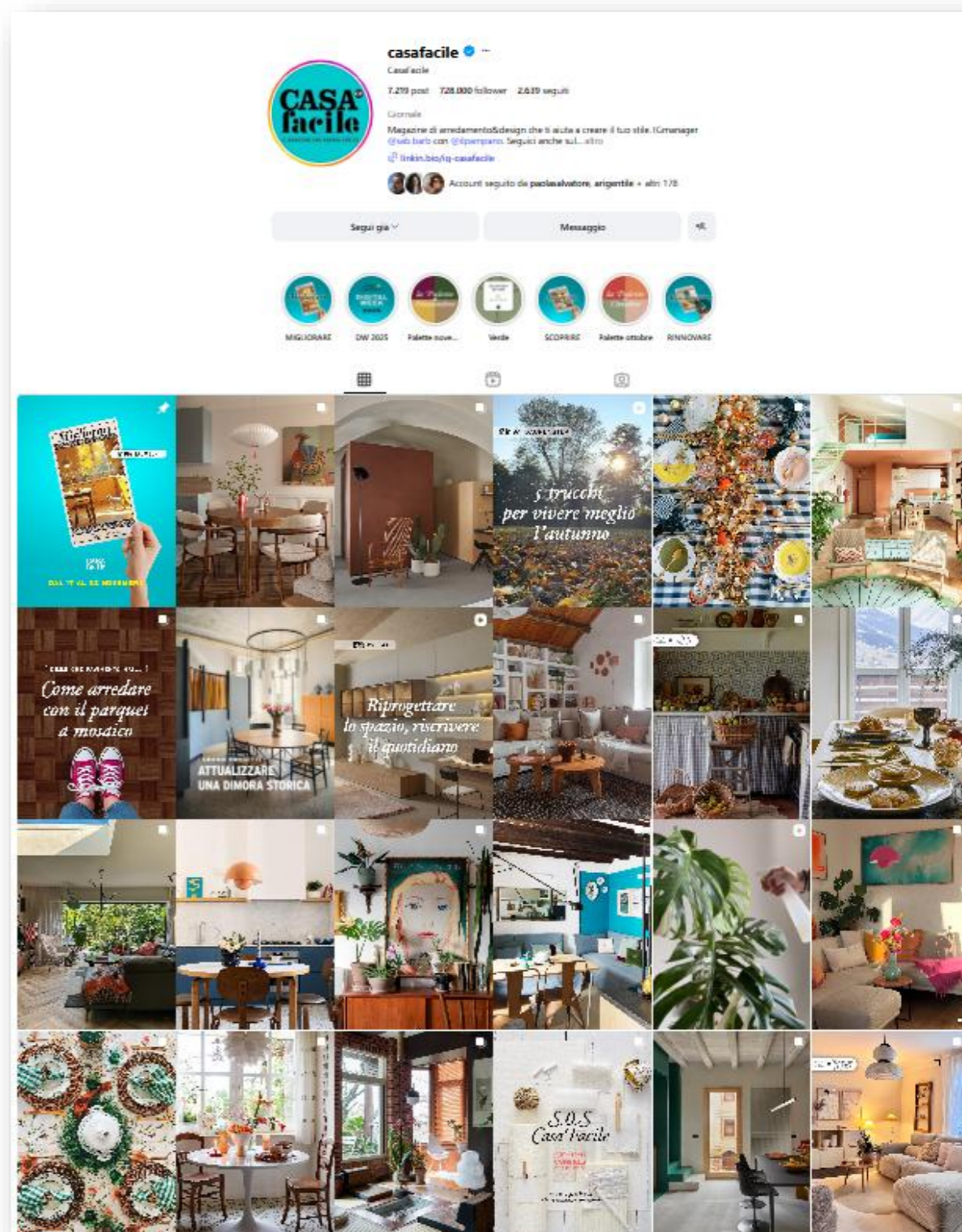
Produzione di **contenuti di alta qualità sempre in linea con la brand identity** (video, card, testi, immagini)

## ASCOLTO

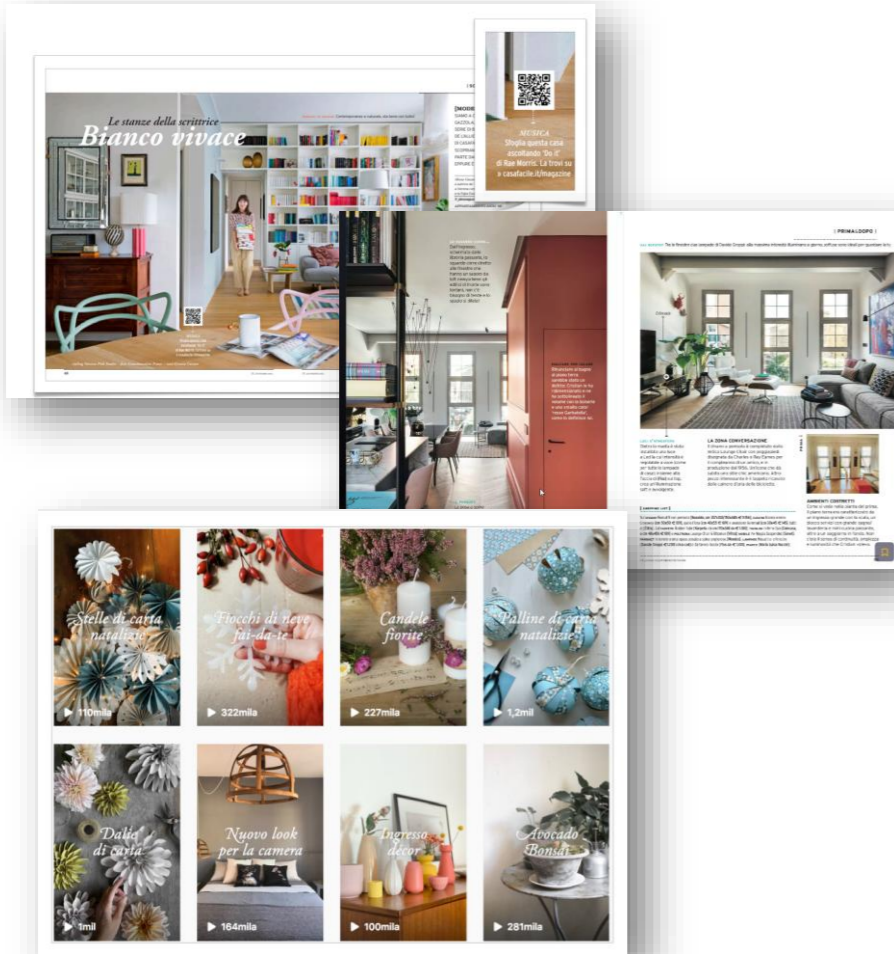
**Il lettore al centro**, l'obiettivo di CasaFacile è **intercettare e dare risposta alle esigenze dei lettori** (servizi di consulenza, workshop, etc.)

## INTERAZIONE CONTINUA

**Far sentire il lettore parte integrante del sistema CasaFacile**, coinvolgendolo nelle scelte editoriali, utilizzando format come quiz domande, organizzando raduni etc.



# Una vera community



QUALITA' DEI CONTENUTI



ASCOLTO



INTERAZIONE CONTINUA

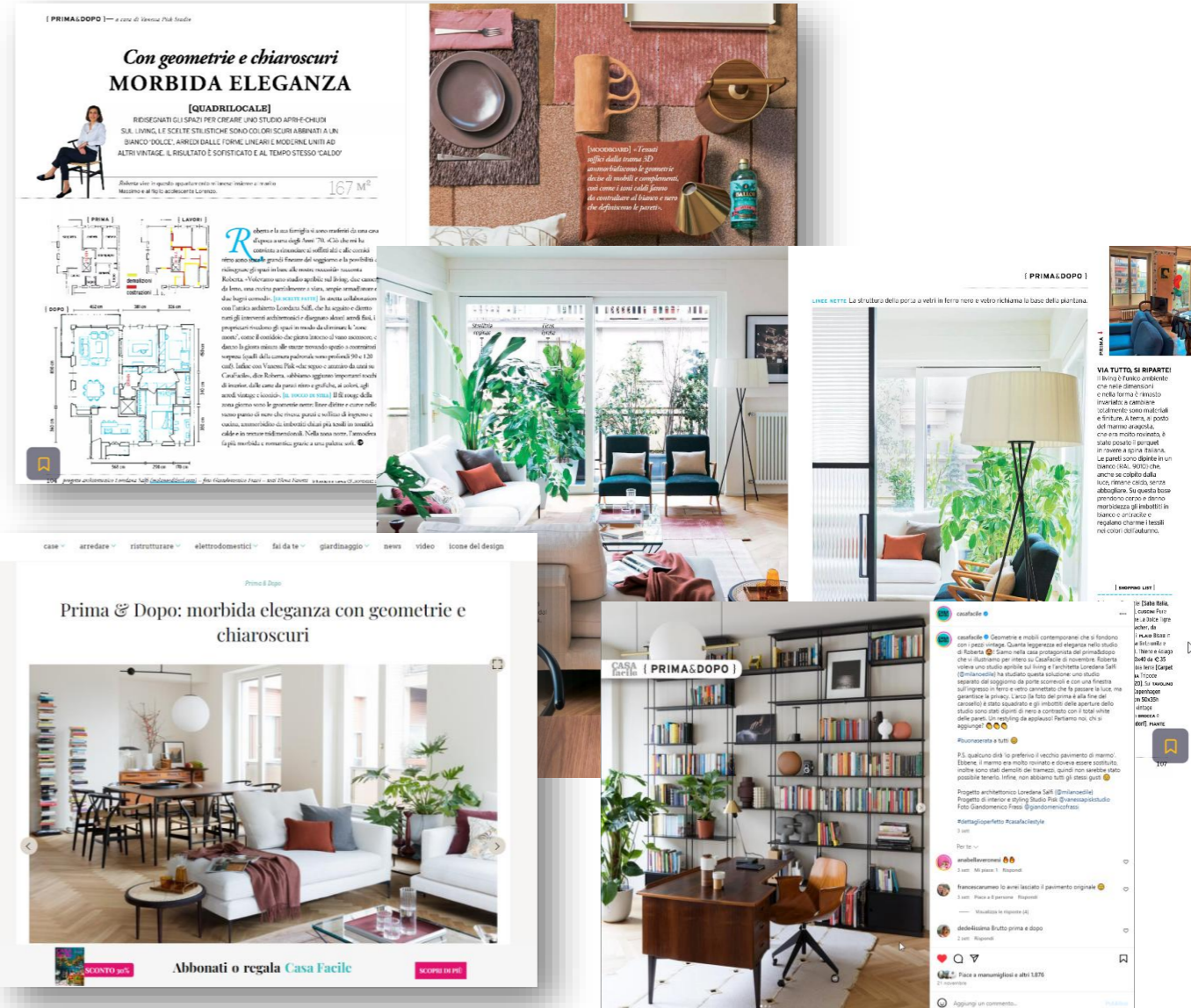
# CasaFacile Signature

Il Prima&Dopo è una delle **rubriche identitarie del brand** e rappresenta pienamente la *reason why* di CasaFacile: generare sogni possibili.

La redazione e il suo team di stylist e architetti selezionano una casa da trasformare e - attraverso la loro consulenza e lavoro - realizzano un vero e proprio progetto di restyling&ristrutturazione per aiutare i proprietari a far emergere il proprio stile con il gusto inconfondibile del brand.

Il risultato è **una produzione 100% CasaFacile**, una casa alta ma di ispirazione per il lettore e di grande servizio perché ogni appuntamento ha un proprio focus e idee da copiare (colore, spazi, finiture, styling..).

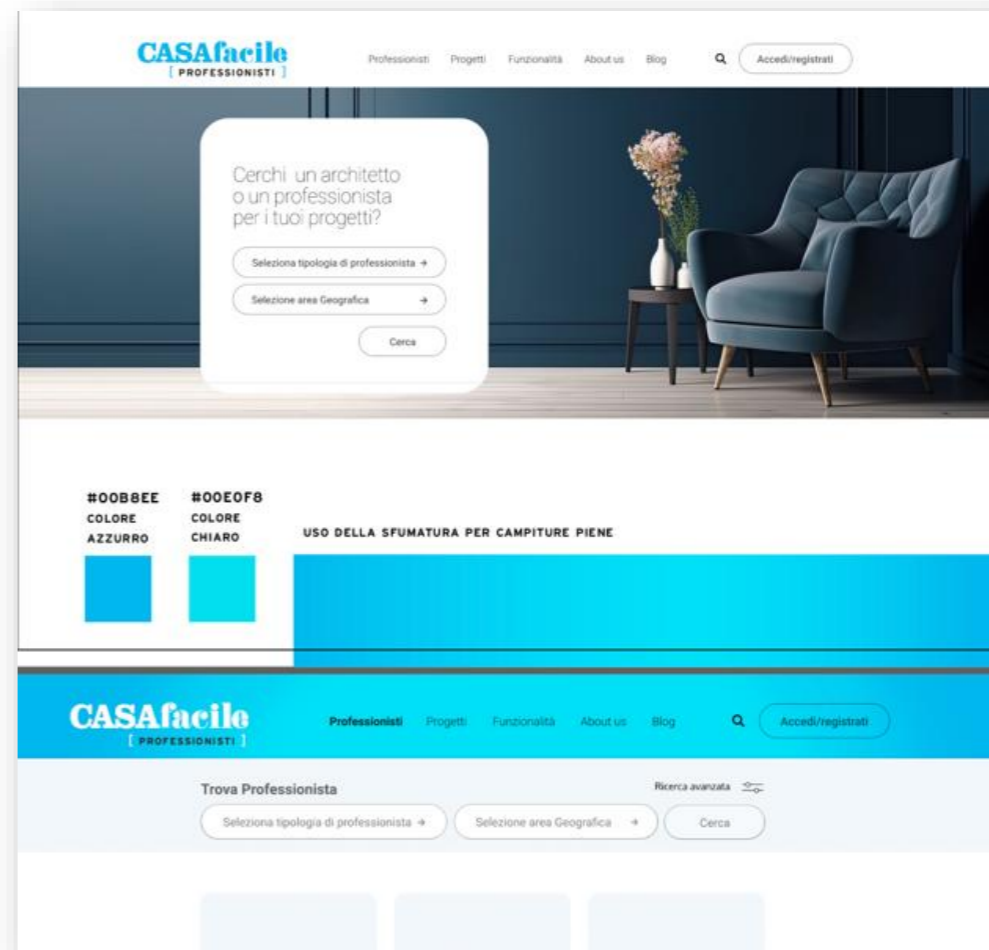
- Servizio sul magazine con focus sul progetto
- Ripresa dei contenuti sul sito
- Video Reel e Post sui social



# CasaFacile Professionisti

Nel 2026 CasaFacile lancerà una piattaforma dedicata ai professionisti con l'obiettivo di fornire loro un'importante vetrina di visibilità e dare agli utenti un ottimo servizio di ricerca.

Rispetto alla concorrenza CasaFacile è l'unica piattaforma che può garantire sia agli architetti sia agli utenti un servizio di qualità mettendo in campo tutti gli asset di cui dispone (mag/sito/social) e l'autorevolezza e la riconoscibilità che nel tempo si è costruita.



# CasaFacile Professionisti – evento Cersaie 2025

Anche quest'anno a settembre CasaFacile parteciperà al Cersaie – Salone Internazionale della Ceramica per l'Architettura e dell'Arredobagno – a Bologna con uno stand dedicato al brand e posizionato nell'area stampa.

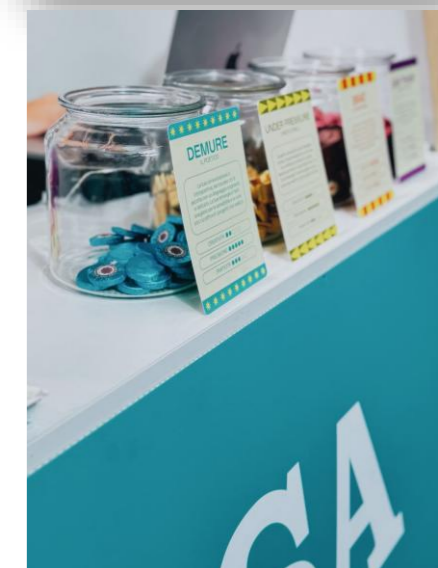
Lo stand ospiterà un evento organizzato da CasaFacile che avrà l'obiettivo di coinvolgere professionisti, addetti ai lavori e architetti che gravitano all'interno della manifestazione.

*Parla come arredi* è l'evento organizzato nel 2025, in collaborazione con Biancorosso Design che ha previsto:

- Lancio di una landing page quiz per gli architetti
- Invito allo stand
- Gadget dedicati
- Consulenze gratuite per i professionisti



2025  
+ di 100  
architetti  
registrati



# Calendario Editoriale

Mese	Data di uscita	TEMA/FOCUS	trend cucina	progettare	rassegna	digital season	rassegna	fiere/evento
<b>Gennaio</b>	<b>02/01/2026</b>	SCUOLA DI STILE: colore, carte, porte, rivestimenti, gli essenziali per costruire lo stile	cucina	NEW! Ogni mese parliamo di porte, finestre, termico, rivestimenti, stufe e camini. Anche con lka presenza degli architetti. Rubrica da 1 o più pagine secondo il tema del mese	Tessile: living, zona notte e bagno		Lavatrice e asciugatrice + profumatori	Maison & objet
<b>Febbraio</b>	<b>04/02/2026</b>	ZONA NOTTE: letti e arredi per camera da letto	cucina	progettare gli essenziali	La nuova zona tv (con televisori di nuova generazione più arredi living)			
<b>Marzo</b>	<b>04/03/2026</b>	ILLUMINAZIONE: guida alle luci giuste stanza per stanza	cucina	progettare gli essenziali	Bagno		Manutenzione hard: prodotti tipo Fila e Saratoga per sanare perdite, pulire piastrelle, togliere la muffa, coprire larruggine...	
<b>Aprile</b>	<b>02/04/2026</b>	CUCINA + ELETTRODOMESTICI		progettare gli essenziali	Imbottiti			Salone del Mobile
<b>Maggio</b>	<b>05/05/2026</b>	OUTDOOR	cucina	progettare gli essenziali	Libri			
<b>Giugno</b>	<b>04/06/2026</b>	ARMADI CABINE, SISTEMI MODULARI	cucina	progettare gli essenziali	Outdoor	digital season P/E STORIE DI CASA MIA		
<b>Luglio</b>	<b>02/07/2026</b>	PROGETTO PERFETTO idee progettuali dagli architetti con prodotti tecnici (e non)	cucina	progettare gli essenziali	Camerette			
<b>Agosto</b>	<b>05/08/2026</b>	CAMBIA LA CASA (SENZA CFAMBIAR CASA) mostriamo come cambia un ambiente sostituendo alcuni prodotti, es. il tavolo cambia sedie o lampada, il soggiorno cambia divano. Zona giorno/notte più colori e accessori	cucina	progettare gli essenziali	Tavola			
<b>Settembre</b>	<b>03/09/2026</b>	BAGNO (idrosanitari, rivestimenti e arredobagno)	cucina	progettare gli essenziali	Elettrodomestici?			CERSAIE
<b>Ottobre</b>	<b>01/10/2026</b>	TOTAL LOOK costruiamo case total look		progettare gli essenziali	Letto, tessile, piumoni	digital season A/I STORIE DI CASA MIA		
<b>Novembre</b>	<b>04/11/2026</b>	REGALI SHOPPABLE	cucina	progettare gli essenziali	Mobili e complementi living			
<b>Dicembre</b>	<b>03/12/2026</b>	SPAZI JUNIOR Camerette + tessile	cucina	progettare gli essenziali	Libri sotto l'albero			

Calendario soggetto a modifiche

# Calendario Attività

GENNAIO FEBBRAIO MARZO APRILE MAGGIO GIUGNO LUGLIO AGOSTO SETTEMBRE OTTOBRE NOVEMBRE DICEMBRE

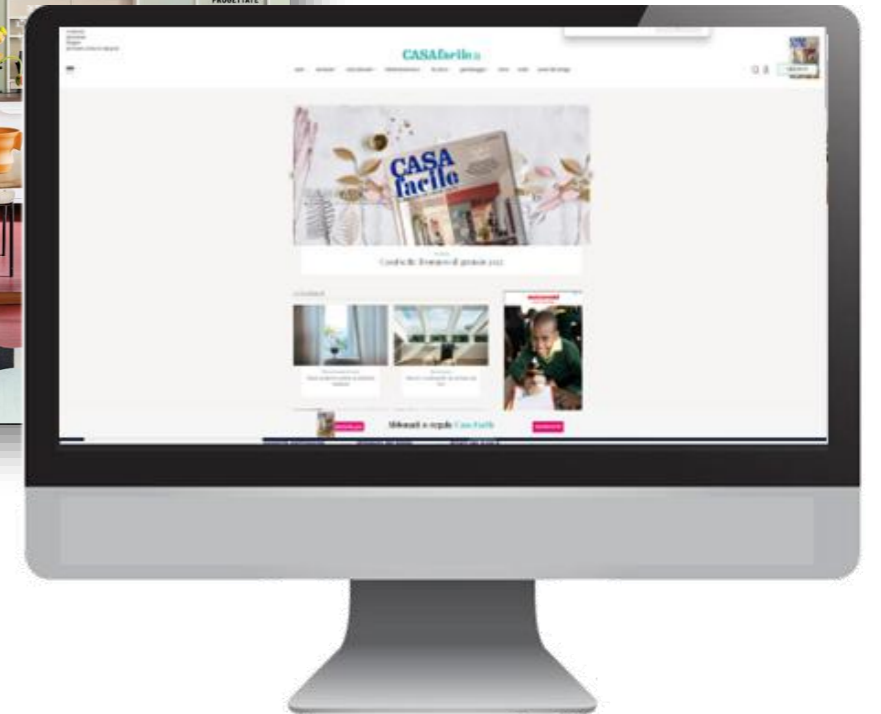
	GENNAIO	FEBBRAIO	MARZO	APRILE	MAGGIO	GIUGNO	LUGLIO	AGOSTO	SETTEMBRE	OTTOBRE	NOVEMBRE	DICEMBRE
Eventi & progetti valoriali			FUORI SALONE						CERSAIE			
Speciali & branded format					DIGITAL SEASON				DIGITAL SEASON			
Format editoriali sponsorizzabili										NUMERO SHOPPABLE		

Calendario soggetto a modifiche

# Progetti Custom

CasaFacile realizza progetti di comunicazione integrata e multiplatforma in grado di rispondere a specifici obiettivi di comunicazione che permettono al cliente di:

- ✓ Collaborare con una **factory creativa che lavora per il Partner** al fine di produrre **contenuti ingaggianti e coinvolgenti** perfettamente **integrati nello storytelling editoriale**
- Essere **inserito in un contesto editoriale premium** e **coerente con l'ambito di attività dell'azienda Partner**.
- **Raggiungere un target fortemente interessato** ai temi della casa, del design, dell'arredamento, della progettazione e decorazione
- **Misurare i risultati del progetto** lavorando con KPI garantiti

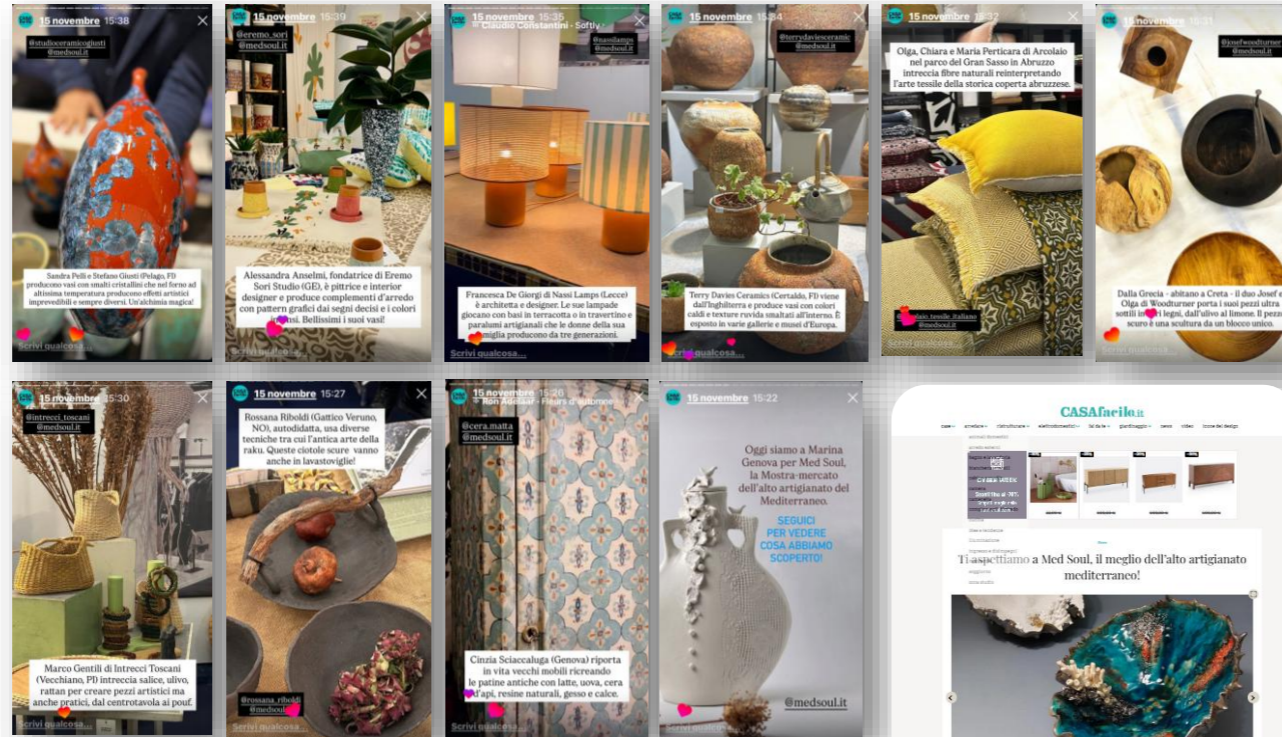


# Case History



**Obiettivo di comunicazione del cliente:**

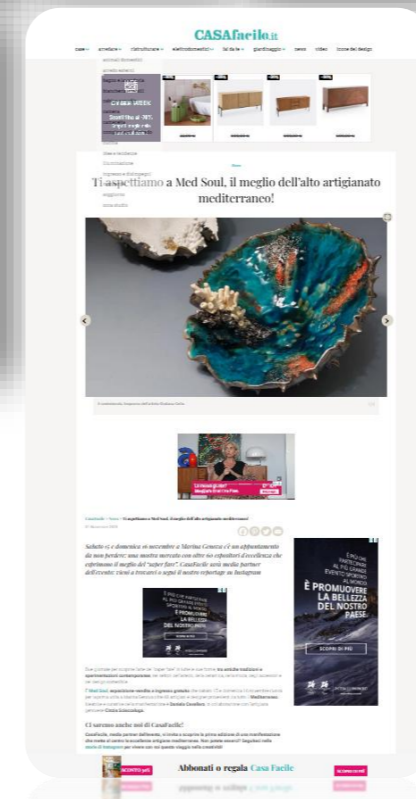
Lanciare l'appuntamento con la fiera alla sua prima edizione e raccontare i suoi espositori.



60 tra i migliori artigiani del Mediterraneo vi aspettano a Marina Genova il 15 e 16 novembre per la prima edizione di MED SOUL: un tuffo nella bellezza e nella creatività artigianale a scena e qui nelle storie con il nostro reportage live!



60 tra i migliori artigiani del Mediterraneo vi aspettano a Marina Genova il 15 e 16 novembre per la prima edizione di MED SOUL: un tuffo nella bellezza e nella creatività artigianale a scena e qui nelle storie con il nostro reportage live!



**IGS LIVE**  
Un reportage live sulla pagina Instagram del brand realizzato con foto e video per raccontare gli espositori della fiera a tutta la community di CasaFacile.

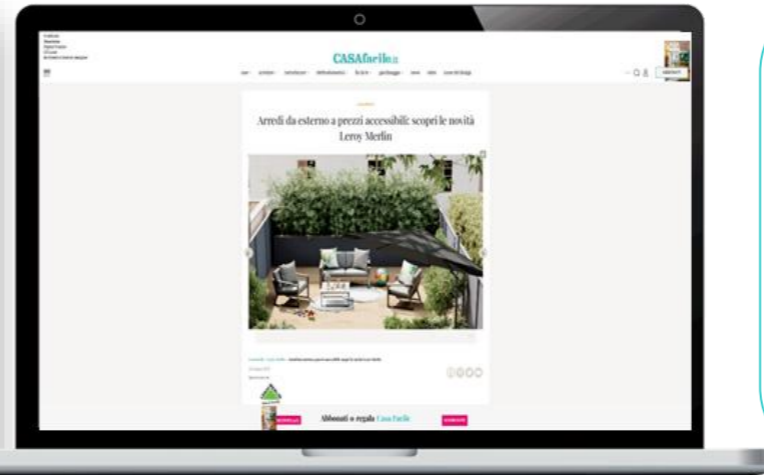
**SITO - MAG - SOCIAL**  
Lanci dell'appuntamento in fiera su tutto le piattaforme del brand.

# Case History

**LEROY MERLIN**

**Obiettivo di comunicazione del cliente:**

raccontare la nuova collezione outdoor del cliente sottolineandone lo stile e versatilità.



## **VIDEO**

Realizzazione di un video reel prodotto con il coinvolgimento della nostra creator @dilladalli che racconta come sistemare un terrazzo inutilizzato in uno spazio tutto da vivere con la nuova collezione outdoor di Leroy Merlin.

## **SITO**

Contenuto dedicato a cliente con embedded video.

## **SOCIAL**

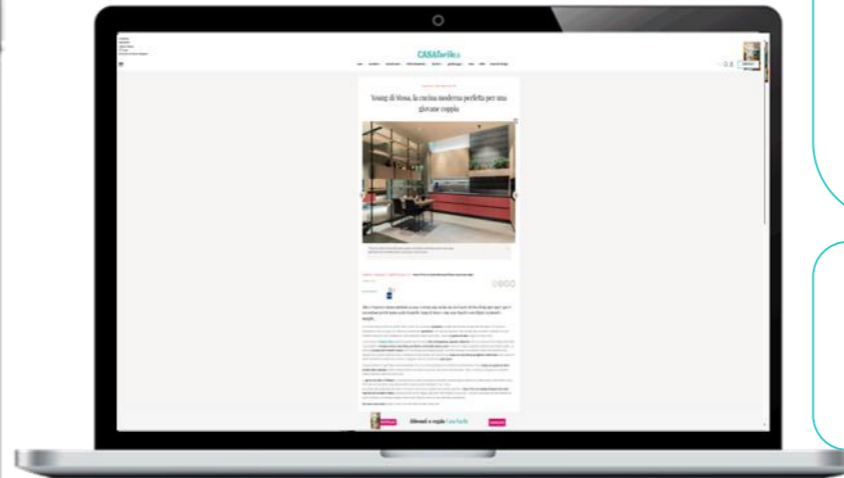
Rilanci dei contenuti tramite post Facebook e Instagram stories

# Case History

**STOSA**  
CUCINE

**Obiettivo di comunicazione del cliente:**

*raccontare il design delle cucine Stosa ma anche l'estrema funzionalità.*



**VIDEO**

*Realizzazione di un video reel prodotto con il coinvolgimento dell'architetto Nicoletta Carbotti per parlare di soluzioni smart per la cucina immaginando una vera conversazione tra professionista e cliente.*

**SITO**

*Contenuto dedicato a cliente.*

**SOCIAL**

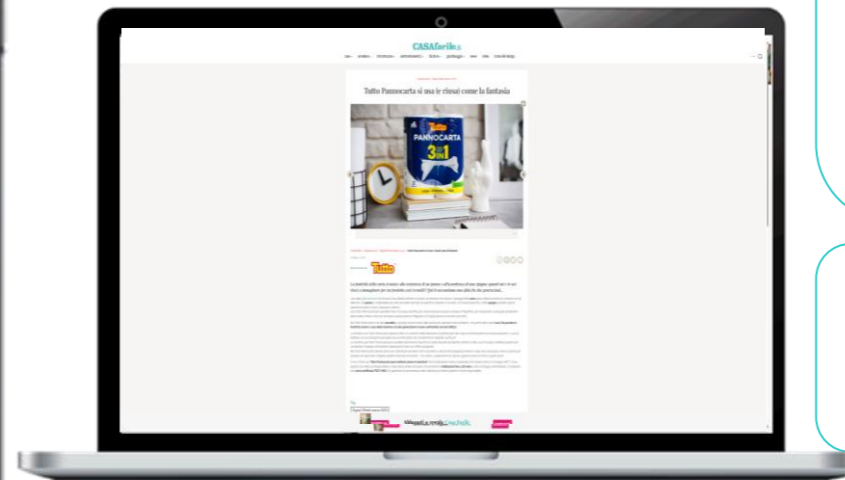
*Rilanci dei contenuti tramite post Facebook e Instagram stories*

# Case History

## Tutto

**Obiettivo di comunicazione del cliente:**

*raccontare i plus del prodotto pannocarta in modo originale e accattivante.*



### **VIDEO**

*Realizzazione di 1 video con Luca, @buonbrunch e la sua mamma con un taglio molto creativa dove uno strappo di Tutto Pannocarta si trasforma in stencil per la torta, pulisce lo specchio ma poi colora anche un cielo a effetto spugnato. Perché Pannocarta si usa e di riusa come la fantasia!*

### **SITO**

*Contenuto dedicato a cliente.*

### **SOCIAL**

*Rilanci dei contenuti tramite post Facebook e Instagram stories*

# Case History



## Obiettivo di comunicazione del cliente:

*Raccontare la cura, i dettagli e le infinite possibilità delle cucine made in Abruzzo.*



## **VIDEO**

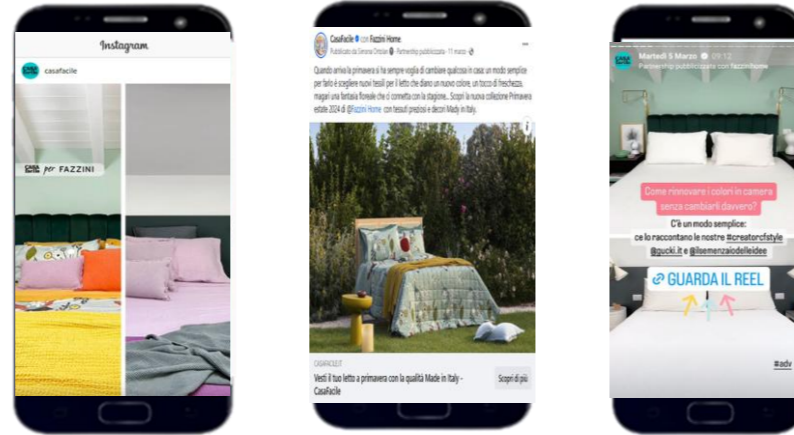
*1 video reel con gli architetti Assunta e Andrea @volpescorrano.architetti per raccontare in modo poetico il 'made in Abruzzo' di @arancucine\_official, un'azienda che ha ereditato il saper fare di questi luoghi, creando arredi che diventano preziosi contenitori delle cose che contano davvero.*

# Case History

# FAZZINI

**Obiettivo di comunicazione del cliente:**

raccontare la nuova collezione Primavera/Estate 2024 tra colori caldi, trame preziose e decori grafici.



## **VIDEO**

Realizzazione di un video reel prodotto con il coinvolgimento della nostra creator @gucki.it e di @ilsemenzaidelleidee. Hanno giocato con le nuove collezioni Fazzini scegliendo lenzuola e completi letto.

Il video è stato pubblicato sul profilo Instagram del brand

## **SITO**

Contenuto dedicato a cliente.

## **SOCIAL**

Rilanci dei contenuti tramite post Facebook e Instagram stories

# Case History

**VIESSMANN**

**Obiettivo di comunicazione del cliente:**

raccontare la nuova collezione Primavera/Estate 2024 tra colori caldi, trame preziose e decori grafici.



**MAG**  
 Pubbliredazionale realizzato dalla redazione con focus sui nuovi prodotti della collezione e test sul buon dormire + pagina di lancio del concorso

**SITO**  
 Branded Channel dedicato che ha raccolto tutti i contenuti realizzati per il cliente

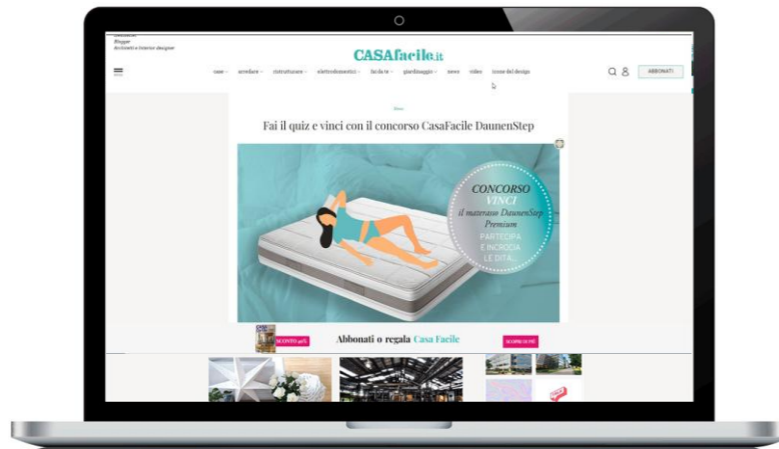
**SOCIAL**  
 Rilanci dei contenuti tramite post Facebook e Instagram stories

# Case History

Daunen Step

## Obiettivo di comunicazione del cliente:

raccontare la nuova collezione Primavera/Estate 2024 tra colori caldi, trame preziose e decori grafici.



**MAG**  
Quattro appuntamenti advertorial con moodboard realizzate dalla digital creator e architetto Nicoletta Carbotti e intervista agli esperti del Partner

**SITO**  
Contenuto dedicato a cliente con form online di registrazione e tool interattivo per partecipare

**SOCIAL**  
Rilanci dei contenuti tramite post Facebook e Instagram stories

# Case History

perdormire

**Obiettivo di  
comunicazione  
del cliente:**

*diffondere la  
bedding culture e  
raccontare il tema  
del dormire bene e  
dell'arredamento  
che ne è parte  
integrante.*



**WEB SERIE VIDEO**

*Un web serie dedicata alla bedding culture. La redazione di CasaFacile ha ideato lo storytelling degli episodi e le digital creator sono diventate protagoniste della produzione.*

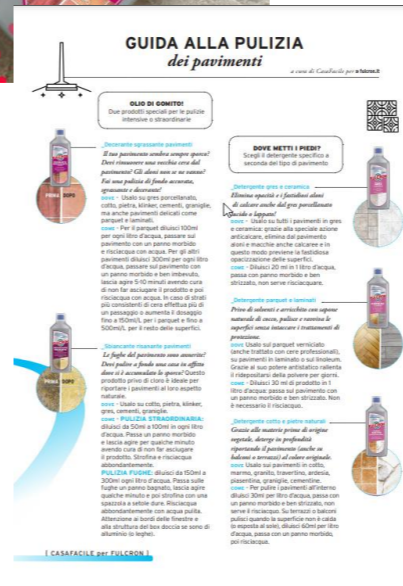
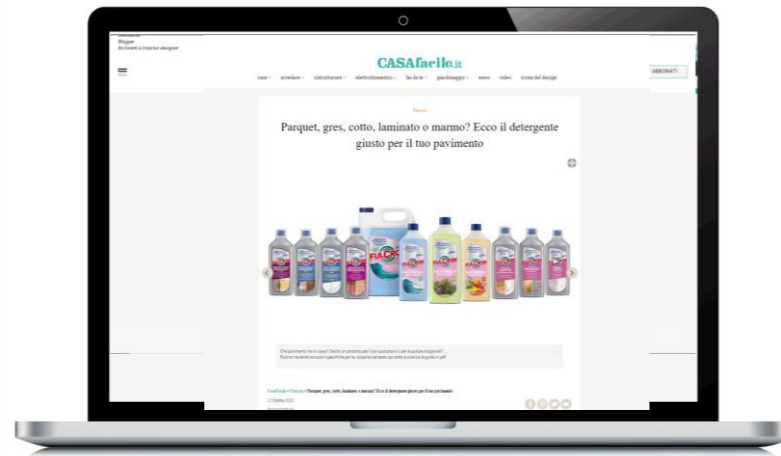
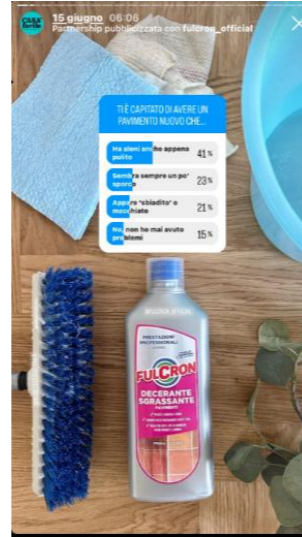
*Tutte le puntate delle web serie sono state pubblicate sul profilo Instagram del brand e sul sito,*

# Case History

# FULCRON

**Obiettivo di comunicazione del cliente:**

raccontare la propria gamma di prodotti per la pulizia attraverso un racconto coinvolgente che facesse emergere le caratteristiche e specificità di ogni referenza.



## VIDEO IGS

Una miniserie costruita su più appuntamenti in formato IGS e con il coinvolgimento di una creator selezionata dalla redazione.

Tutte le IGS sono state raccolte in evidenza sul profilo del Brand per un mese.

## SITO

Contenuto dedicato a cliente con embedded una guida realizzata ad hoc dalla redazione

## SOCIAL

Rilanci dei contenuti tramite post Facebook e Instagram stories

# CASA facile

Media kit 2026

