

CHESSIDICE IN VIALE DELL'EDITORIA

Donna Moderna presenta la ricerca sulle grandi marche. Approfondire i bisogni, comprendere la relazione di fiducia instaurata con i brand, studiare nuovi comportamenti di consumo per comporre un quadro di valori ed esigenze dell'universo

femminile. Questi sono gli obiettivi che si pone l'indagine lanciata da Donna Moderna, il magazine del gruppo Mondadori diretto da Annalisa Monfreda, in collaborazione con Centromarca, l'associazione italiana dell'industria di marca. Il progetto prevede il coinvolgimento dei lettori con il concorso «Grande Marche, Love You». L'iniziativa è online da ieri sul minisito creato per l'occasione (www.donnamoderna.com/concorsograndimarche) e durerà dieci settimane.

—© Riproduzione riservata— ■

