

Czarne, trochę mroczne, ale całkiem bezpieczne, poruszające trudne tematy, ale bez okrucieństwa i agresji, inne niż wszystkie - czasopismo Back to Black. Czarne jest czarne – nowość wydawnictwa Egmont, w sprzedaży od 21. stycznia!



Awangardowy dwumiesięcznik Back to Black. Czarne jest czarne przygotowano z myślą o wyjątkowych nastolatkach, prawdziwych indywidualistkach, które nie znalazły dla siebie odpowiedniego tytułu wśród wielu różowych magazynów utrzymanych w nurcie pop-kultury. Utrzymany w mrocznej konwencji tytuł pokaże najnowsze trendy związane ze światem fantasy, muzyką alternatywną, gotycką modą, horrorami i wampirami występującymi w kulturze. Back to Black nie jest związany z żadną szczególną ideologią, prezentuje tematy idące pod prąd kulturze masowej. Dostarcza jednak wszystkich tych informacji, których nastolatki są ciekawe – jest w nim szkoła rysunku, wizażu, bazar prezentujący modę, ale wszystko w stylu... Back to Black! Tradycyjnie też na łamach pisma można przeczytać najnowsze informacje o popularnych aktorach, filmach i książkach ze świata fantasy, a także zebrać plakaty. Fani historii komiksowych będą mieli okazję poznać przygody Nemi – mieszkającej w Oslo dziewczyny, która chodzi własnymi ścieżkami. Bohaterka tej opowieści pracuje dorywczo w różnych miejscach, ubiera się prawie wyłącznie na czarno, uwielbia czekoladę, smoki i Władcę Pierścieni. Jest twarda, samodzielna i nie lubi schematów, nie boi się wyróżniać. Nemi zrobiłaby wszystko dla swojej przyjaciółki – Cyjan. NEMI można lubić albo nie, ale nikomu nie jest obojętna!

Back to Black. Czarne jest czarne to dwumiesięcznik, który wypełnia niszę rynkową, skierowany jest do ambitnych dziewcząt powyżej 13-tego roku życia, które lubią mieć swoje zdanie, cenią sobie dobrą rozrywkę i możliwość poszerzania horyzontów. Magazyn jest czwartą, po Magazynie 13, Komputerowej Gratce i Pluszakach Rozrabiakach, autorską kreacją wydawnictwa Egmont. W każdym numerze pisma znajdzie się komiks Nemi, a także prezent – w premierowym wydaniu będzie to gotycka rękawiczka.

Wprowadzeniu pisma towarzyszy kampania telewizyjna na antenie telewizji MTV, VIVA, Polsat oraz autopromocja w pismach własnych Egmontu. Planowaniem mediów zajął się dom mediowy MPG, kreację przygotowała Agencja DSK. Planowaniem kampanii internetowej zajęła się Agencja Infinity Media – kampania odbędzie się na wybranych portalach Interii, Wirtualnej Polski oraz na portalu Filmweb.pl. Więcej na www.back2black.pl

newss.pl

Back to Black. Czarne jest czarne - awangardowy, autorski dwumiesięcznik wydawnictwa Egmont

Tytuł: Back to Black. Czarne jest czarne

Częstotliwość: dwumiesięcznik

Grupa docelowa: 13+

Cena: 9,90 PLN

Format: 208x273mm

Objętość: 32+ 4 okładki

Premiera: 21.01.2010

Redaktor prowadzący: Agnieszka Wielądek

Egmont Polska