

Nasce «Verve», il gossip per la donna borghese

ANDREA TEMPESTINI

■ ■ ■ A pagina 78 fa capolino il calzetto psichedelico di Roberto Formigoni, «governatore rock» della Lombardia in camicione floreale modello Greenwich Village anni '60. Un'immagine che è l'epitome del primo numero e la condensazione del titolo scelto per un rotocalco appena nato. Si chiama *Verve* e lancia il guanto di sfida ai big della stampa gossip-para. Al timone c'è Roberto Alessi, che una manciata di settimane fa ha dato il due di picche all'ormai rivale *Diva e Donna*. «Il mio vero obiettivo è il primato del privato», spiega l'ex direttore di *Star Tv*. Per raggiungerlo tutta l'attenzione non può essere che rivolta a «personaggi dello spettacolo, del cinema, ma anche sportivi, politici e imprenditori».

Il lancio - *Verve* è nelle edicole dal 23 febbraio al prezzo di 2 euro - è avvenuto in grande stile: 300mila copie («l'obiettivo è rag-

giungere le 400mila») diffuse in 36mila edicole, 130 pagine e un formato "maxi", 24 centimetri per 33. Un lenzuolone dove mettere in risalto fotografie che, giura il direttore, «non verranno ritoccate. Vogliamo privilegiare la realtà privata» dei vip, e non l'aura di celebrità. E così il numero 1 della rivista ci porta nella casa di Lady Confindustria, un'Emma

Marcegaglia che ha testa solo per la figlioletta Gaia e il marito Roberto. Oppure a Ro Ferrarese, dove attorno a Vittorio Sgarbi non ci sono né telecamere, né opere d'arte, né opinionisti, ma soltanto mamma Rina e papà Nino.

Verve vuole a stuzzicare la voglia di normale straordinarietà della donna borghese, ma non rinuncia ai "must" della stampa

rosa. A una condizione, però: «Sulle nostre pagine non ci sarà spazio per le meteore da reality, ma soltanto per grandi personaggi e grandi esclusive». Nelle fotografie più piccanti del neonato settimanale, gli obiettivi hanno lambito il corpo di una Elisabetta Canalis



La copertina del primo numero di «Verve»

“segreta”, immortalata dietro le quinte di un servizio per lo stilista Roberto Cavalli. E ancora, i flash hanno dato la caccia al “bollente dopo

Festival” di Belen e Fabrizio Corona e alla “misteriosa mora” con

cui si accompagna Robert De Niro. Bisogna riconoscerlo, il primo numero non tradisce le intenzioni: le paparizzate hanno beccato pezzi da novanta dello showbiz.

La sfida però è quella di ritagliarsi una fetta di pubblico nella stampa patinata. Partita non facile, in un settore che comel'intera editoria non vive certo un'età dell'oro. I principali concorrenti saranno le corazzate dirette da Alfonso Signorini, *Tv Sorrisi e Canzoni e Chi*, tra le quali si è inserito - per diffusione - *Oggi*. *Verve* si è preparato alla battaglia con una campagna pubblicitaria che per due mesi di lancio ha buttato sul piatto 1,5 milioni di euro. Al fianco di Alessi ci saranno il vicedirettore Marco Ronchetto (che ricopriva la stessa carica in *Diva e Donna*) e il caporedattore Javis Macchi, fuoriuscito dal gruppo *La Stampa*. L'editore è Delta, al quale la società italo inglese Bipop fornirà le piattaforme editoriali e i contenuti digitali.

EDITORIA/2

«Monsieur» ci spiega come diventeremo semi-immortali

Da sabato nasce un nuovo uomo 2.0. Semi-immortale. E nasce una nuova società basata sull'etica e sulla volontà. Valori e norme morali che si ispirano alle tre leggi sulla robotica postulate da Isaac Asimov. Il biochimico e scrittore statunitense di origine russa è il personaggio di copertina del nuovo numero in edicola, raccontato in esclusiva per *Monsieur* da Gabriele Rossi, lo scienziato italiano che dopo 33 anni di studi e ricerche e la creazione di

iLabs, polo milanese di ricerca multidisciplinare, ha maturato la convinzione che si possa allungare indefinitamente la prospettiva di vita. Una convinzione che non è utopia: basta soltanto considerare che in dieci anni gli ultracentenari in Italia sono triplicati. Gli esiti dei progetti e delle ricerche di iLabs danno vita per l'appunto il 5 marzo agli iLabs Singularity Summit al Museo della Scienza e della Tecnica di Milano. Persone longeve, dunque, che con

la *Guida Italia 2011 Relais&Chateaux e Sports*, i due allegati in regalo con *Monsieur*, potranno (e non solo loro) apprezzare le 230 pagine dedicate all'art de vivre. E se di arte parliamo non si può non citare il servizio dedicato a capolavori come il Cristo Velato, Il Disinganno e la Pudicizia del Museo cappella Sansevero di Napoli. E ancora, opere d'arte in movimento: gli orologi presentati all'ultimo Salone internazionale dell'alta orologeria di Ginevra.