

nima testata tedesca edita da Hubert Burda Media.

In edicola dal 1° settembre, 96 pagine, *Slowly Veggie!* (lentamente vegetariano la traduzione italiana, che riprende la filosofia di slow food) è un prodotto raffinato, su bella carta, che fornisce informazioni sui prodotti bio e naturali, interviste a chef italiani sul tema del vegetarianismo, e soprattutto tante ricette, suddivise tra vegetariane e vegane, raccontate in modo semplice e dettagliato con grandi fotografie a corredo. "L'idea è quella di rivolgerci con un prodotto di qualità al pubblico dei vegetariani, soprattutto donne, ma anche a chi vuole provare ad avvicinarsi a questo mondo", spiega Raffaella Naggi, coordinatrice editoriale delle Edizioni Raffi che già editano in Italia il famoso mensile *Burda Style* e i suoi cugini, il trimestrale *Burda Maglia*, il bimestrale *Burda Vivere la Casa*, oltre al sito Internet *Burdafashion.com*.



Il primo numero di *Slowly Veggie!*

Tirata in 80mila copie e distribuita da Pieroni a 4,90 euro, direttore Andrea Naggi che per la parte grafica si appoggia al service Lunasia Edizioni, *Slowly Veggie!* con il suo pubblico colto e alto spendente punta a essere un magazine interessante anche per gli investitori pubblicitari di cui si occupa in esclusiva Publimester.

Nei prossimi mesi sarà on line al sito *Slowlyveggie.it*, mentre è già attiva e con 4mila like raccolti in un paio di settimane la pagina Facebook ufficiale.

Il supertipografo Franceschi

"Sapevo chi era ma è stato prima Vittorio Feltri a spingere perché mi occupassi di personaggi del Veneto (dove *Il Giornale* va forte) e poi Cesare De Michelis a farmi incontrare Fabio Franceschi". Stefano Lorenzetto, firma del *Giornale* e scrittore di successo, spiega come è nato 'L'Italia che vorrei - Il manifesto civile dell'uomo che fa i libri' (Marsilio), summa del Franceschi pensiero che, senza tanti complimenti o giri di parole, analizza e commenta un Paese (il nostro) "che non funziona"

per via "dell'inerzia e del latrocinio". Un Paese dove, per dirla come la dice lui, "non funziona un cazzo".

La biografia di Franceschi è mitica e come tutti i miti ha un che di incredibile: cresciuto in una famiglia poverissima del Nordest, riesce, mattone dopo mattone, a metter su un gigante della stampa, quella Grafica Veneta che oggi è la più importante azienda produttrice di libri in Italia e la prima in Europa per redditività. Il suo parco clienti conta, tra i tantissimi, Mondadori e Rizzoli, De Agostini e Adelphi. In tutto 200 case editrici, fra cui anche le francesi Hachette e Flammarion, la News Corp di Murdoch, Time Warner e Random House. E tra i suoi atout ha anche quello di stampare i libri allegati ai quotidiani, garantendo la stampa, la rilegatura e la consegna in 24 ore, altrimenti non paghi nemmeno un centesimo.

La crisi? Franceschi non sa nemmeno cosa sia, almeno dal suo



Fabio Franceschi (a sinistra) con Stefano Lorenzetto.

punto di vista industriale.

Franceschi è uomo di pensiero veloce, esplicito, e poco bada all'ipocrisia politica. Dice quel che pensa e fa quel che dice. Anche solo a spizzicare qua e là le pagine di questo tambureggiante j'accuse che non lascia prigionieri (se la prende, tanto per dire, con Renzi e con Berlusconi, con chi ha voluto depenalizzare il falso in bilancio e con gli evasori fiscali, con i burocrati e i dipendenti pubblici), si rimane senza fiato. La sua è una voce potente, fredda alle lusinghe e molto attenta a ciò che gli capita attorno. Noto anche al grande pubblico per essere stato ospite di 'Ballarò' e 'Porta a porta', Franceschi è, tra le tante cose, anche azionista del *Fatto Quotidiano* (che, guarda caso, è l'unico successo editoriale degli ultimi anni). Ha fatto parte di Confindustria e ne dice tutto il male possibile.

banzai

ML white label

100% VERTICAL

Oltre
10 milioni
di donne
senza
muovere
un dito.



10,6 MILIONI DI UTENTI UNICI
Fonte Audiweb Marzo 2014 Total Audience

piplaneta
donna
piplaneta
mamma girl power Invidia

(© riproduzione riservata)