

3 *La Francia è a pezzi, ma la stampa sta vivendo un momento d'oro*

3 Parigi. Non passa giorno senza che un articolo ci ricordi che la carta è in crisi, che il mondo dell'editoria è destinato al collasso, che quotidiani, riviste, periodici e libri hanno coralmmente il segno meno alla voce vendite. Eppure in Francia tutta quest'inquietudine sull'incombente decesso della carta stampata, travolta dall'uragano digitale, ancora non attecchisce. Anzi. Negli ultimi due mesi, si sono poste fiduciosamente le basi per il (ri)lancio di quattro nuove testate. Mercoledì prossimo, nelle edicole d'oltralpe, uscirà il primo numero del quotidiano l'Opinion, progetto editoriale pro business, liberale e filo-europeo, voluto dall'ex amministratore delegato del gruppo Les Echos ed ex direttore del Figaro Nicolas Beytout. Che al Monde, in un'intervista rilasciata qualche settimana fa, ha

confessato di essersi ispirato al Foglio e a Politico per la creazione del proprio giornale, sottolineando l'importanza, al giorno d'oggi, di unire il Web moderno e l'influenza del supporto cartaceo. "La mia idea è quella di combinare Internet, l'innovazione, il pubblico e il costo basso, con il potere della carta".

Non è (ancora) cartaceo il nuovo France-Soir, storico quotidiano generalista (sul quale Belmondo, nel godardiano "Fino all'ultimo respiro", scopriva di essere braccato dalla polizia), chiuso bruscamente nel 2011, riacquistato qualche mese dopo da Cards Off, società fornitrice di servizi di sicurezza per le transazioni su Internet, e riapparso a marzo di quest'anno. Per ora è un impalpabile e-mag per tablet, ma stando alle indiscrezioni che filtrano sull'onda del successo che hanno

riscosso i primi quattro numeri, l'ambizioso presidente di Cards Off Philippe Mendil starebbe già pensando di trasformare la rivista in un quotidiano.

Mondadori France non si è fatta attendere. Dopo il restyling di Grazia France in autunno, e il successivo lancio di Closer Teen, declinazione adolescenziale del gossipparo Closer, ha riportato in edicola Vital (con formula bimestrale, sotto l'egida di un'altra testata della casa italiana, Top Santé), per la gioia di mademoiselle e madame attente a non sciupare la linea. Le stesse saranno liete di sapere che il loro dandy nichilista preferito, Frédéric Beigbeder, scrittore ("Lire 26.900"), regista ("L'amore dura tre anni"), polemista e re dei salotti televisivi della rete privata Canal+, prenderà da settembre le redini della mitica rivista di

target maschile Lui, "la rivista dell'uomo moderno", riesumata dalle ceneri grazie allo sforzo economico dell'amico e imprenditore Jean-Yves Le Fur. Sorta nel periodo yé-yé, e in gran parte ispirata a Playboy, fu per vent'anni il fiore all'occhiello del gruppo editoriale Filipacchi. Inizialmente, al suo interno, c'erano le foto di Brigitte Bardot e Jane Birkin seminude, ma anche le recensioni di François Truffaut e le interviste a uomini politici come Valéry Giscard d'Estaing. Una perfetta combinazione di serio e faceto che si perse negli anni fino alla vendita sofferta all'imprenditore Michel Birnbaum (Groupe 1633), che dal 2001 al 2006 la degradò a trimestrale pornografico. Ma a settembre riaprirà e Le Fur già punta in alto: "Sarà un mensile lussuoso e internazionale".