

“Quello che è non è quello che sembra”: aperitivo e visita alla redazione per scoprire il nuovo Vanity Fair

Una serata piena di emozioni e scoperte per noi studenti del master in Media Relation e Comunicazione d’Impresa: grazie all’Università Cattolica del Sacro Cuore e al contributo del nostro professore Luca Dini, direttore editoriale di Condé Nast, abbiamo avuto il privilegio di partecipare ad un originale aperitivo organizzato da Vanity Fair Italia nella sede di Piazzale Luigi Cadorna.

Il tutto si è svolto in occasione dell’uscita del 13 febbraio 2019 del “The Next Act” il nuovo corso del magazine sotto la guida del direttore Simone Marchetti.

Appena entrati nell’atrio, il nuovo Vanity Fair ci è stato svelato con la proiezione di un video sulla facciata del palazzo attraverso una sequenza di scene con un sottofondo musicale, dove oltre alla nuova copertina, raffigurante Raffaella Carrà nella versione inedita di modella, fotografata da Pierpaolo Ferrari, è stato presentato il nuovo claim “Quello che è non è quello che sembra” che ha per protagonisti Ernst Knam, Simone Rugiati, Mahmood, Einar, Nino D’Angelo, Livio Cori, Enrico Nigiotti, i Boombabash, Francesco Renga, Achille Lauro, Arisa, gli Ex Otago, Federica Carta e Shade, i Negrita, Paola Turci, Circus, Anna Tatangelo, Irama, Nek, Motta, Il Volo e Ghemon.

Dopo un breve aperitivo nello spazio della Scuola de La Cucina Italiana, la nostra visita è continuata al piano di sopra, all’interno della redazione del magazine.

Per scoprire il “dietro le quinte” di Vanity Fair Italia siamo stati accolti da Paola Ventimiglia, direttrice della sezione moda del giornale, che ci ha accompagnato all’interno dei diversi uffici della redazione spiegandoci di volta in volta funzioni, settore e scopo. Oltre al nuovo claim, il giornale si presenta con una nuova veste grafica, curata da Massimo Pitis, nuovi formati e nuove firme, un network che vede carta, web, social network, video e rapporti umani svilupparsi in un unico progetto di comunicazione. Abbiamo appreso che il giornale è come una “catena di montaggio” ogni ufficio ha la sua funzione, dalla moda al lifestyle ai viaggi, e fondamentali sono le deadline.

Meravigliati ed entusiasti abbiamo attraversato un lungo corridoio tappezzato da piccoli quadri raffiguranti tutte le copertine del settimanale Vanity Fair ,dalla prima edizione del 2003 all’ultima, fino a



raggiungere l'ufficio del nuovo direttore Simone Marchetti.

“Sognate sempre in grande”: questo il prezioso consiglio che il direttore ha voluto darci, rendendoci ancora una volta più consapevoli dell'importanza di valori come impegno e costanza per poter diventare dei grandi comunicatori.

Lara Ferrari Mariavittoria Sardo

