

media e pubblicità

## Televisione Reteconomy, le verticali sono il futuro



Verticalizzare per muoversi nella giungla degli argomenti e poi mettere ordine, creando inedite possibilità commerciali. Questa è la visione dei vertici di Reteconomy, come racconta l'amministratore delegato Andrea Baracco

di **Davide Sechi**

RETEconomy

In onda su **sky** Canale **512** [www.reteconomy.it](http://www.reteconomy.it)

**D**ura la vita dell'editore e del pubblicitario. Si incontrano, provano a discutere, ma tutto intorno la situazione appare sin troppo chiasmata. E poi ci sono queste voci ricorrenti che parlano di rischi, di dispersione, di poca efficacia. E forse non hanno tutti i torti. Il futuro risiede nella specializzazione? Certamente sì, ma di un tipo evoluto, verrebbe da dire variegato. Un esempio? Reteconomy, canale 512 della piattaforma Sky, giunta al giro di boa di questo 2016, impegnata a lanciare un palinsesto ricco, multiforme, consapevole che invitare al planning su territori segmentati possa rappresentare un presente più redditizio. Mediaforum ne ha parlato con Andrea Baracco l'amministratore delegato del canale di Sky dedicato all'economia, la cui strategia è cercare nuovi tragitti di lettura e nuovi linguaggi.

**Reteconomy è un esempio calzante di canale verticale?**  
«È il nostro obiettivo. Sta cambiando la tipologia di informazione che la gente

cerca. Dopo le news disponibili ovunque si cerca l'approfondimento per capire e farsi un'opinione. La televisione generalista, oggi, è adatta a un pubblico poco curioso. Siamo di fronte a realtà sempre più segmentate su target sempre più definiti, una vera e propria opportunità; la soluzione è sotto gli occhi di tutti, occorre soltanto prenderne confidenza».

**Come vi muovete in tal senso?**

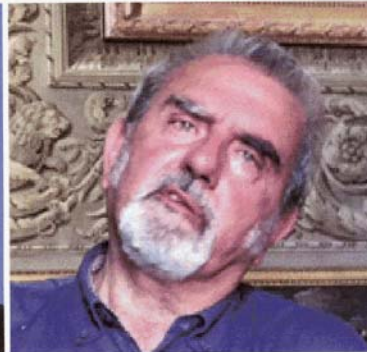
«Reteconomy ragiona sulle community. Prendiamo "Economy Up", il programma ideato e presentato da Giovanni Iozzia, un vero e proprio punto di riferimento per i nostri stakeholder, cioè la community dei manager di start up, motore dell'economia italiana. Si tratta di realtà mutanti e noi vogliamo seguirle. Con la possibilità che si trasformino in ulteriori trend. Per esempio, il mondo del lavoro è sempre più smartworking, tra cloud e device mobili, un lavoro sempre meno ancorato al classico ufficio, sempre più nomade. E qui arriva



**Che il futuro sorrida alla specializzazione è testimoniato anche dal palinsesto ricco, multiforme, variegato del canale 512 della piattaforma Sky**



In questa foto, il backstage della trasmissione "Terzo Canale Show"



Reteconomy, che fotografa il momento e lo racconta agli stessi player».

Reteconomy, insomma, sta provando a dare un'accelerata a un'attualità che la vede seguita da un bacino di utenza di 130.000 persone circa, che si sintonizzano giornalmente con assidua fedeltà. Con obiettivi dichiarati che puntano sui 400.000/500.000 utenti nei prossimi tre anni. Senza tralasciare il conseguente risvolto commerciale, con l'obiettivo

di 1 milione di euro raccolti da Picaso Consulting entro la fine del 2016. E una verticalità più accentuata dovrebbe aiutare nell'intento di andare oltre, di superarsi.

**A proposito, qualcosa si è già fatto sentire in termini di ascolti?**

«Forse sì, ma potremo essere più precisi solo a partire da ottobre, quando cambierà il panel di Auditel e i canali satelli-

**PROTAGONISTI**

Nella foto in alto Elisa Padoan, direttore di rete, e Andrea Baracco, amministratore delegato di Reteconomy; sotto, da sinistra, Giovanni Iozzia, conduttore di "EconomyUp" e Enzo Agianne, conduttore di "Terzo Canale Show"

tari saranno più in vista».

**E sui format, c'è qualche novità succulenta?**

«Direi proprio di sì, partirà in autunno il format che riprende il modello di successo "Paese dei Lavori" passando al "Paese dei Sapori", ma senza chef e ricette: qui si parlerà di tutta la filiera dell'alimentazione dal punto di vista economico, una filiera che conta 290.000 operatori».