

Professionisti in tv, le categorie vogliono un canale

RETECONOMY HA GIÀ UNO SPAZIO NELL'OFFERTA TELEVISIVA E MULTIMEDIALE GRAZIE A SKY (CANALE 816), IL WEB E I SOCIAL MEDIA. MA OLTRE A QUESTA AVVIATA DAI COMMERCIALISTI ANCHE ALTRE CATEGORIE HANNO UN CANALE

Catia Barone

E nata la tv che parla di professioni, mestieri, start up ed economia reale. Si chiama Reteconomy, ha pochi anni di vita, ma si è già ritagliata uno spazio nell'offerta televisiva e multimediale. Grazie a Sky (canale 816), il web e i social media, oggi, la rete televisiva, che ha sede a Torino, è in grado di raggiungere oltre 5 milioni di potenziali spettatori. L'emittente è stata creata nel 2011 come voce dei commercialisti italiani. Tempo due anni e il passaggio di mano a Open Dot Com, la società specializzata in software, con una forte presenza di commercialisti tra i suoi soci, l'ha trasformata in una tv vera e propria con 4 milioni di euro di investimenti.

«Abbiamo deciso di puntare sui settori meno seguiti dalle televisioni tradizionali», spiega Andrea Baracco, amministratore delegato di Reteconomy. L'emittente oggi è di fatto una piattaforma ideata per entrare in contatto con i protagonisti dell'economia italiana ed internazionale (manager, imprenditori e professionisti). «Il nostro canale è orientato al mondo del business, e non escludo che ci possano essere aperture agli Ordini - dice Baracco - tra l'altro, trattiamo già temi che in qualche modo toccano molte professioni, come gli approfondimenti sulla voluntary disclosure. Senza considerare, poi, il mondo dei commercialisti, degli avvocati e degli architetti che seguiamo da sempre con grande attenzione».

Altra nota innovativa, l'emittente ha una forte componente femminile in un mondo storicamente maschile come quello dell'economia e delle professioni. Il direttore è donna, Elisa Padoan, 37 anni: «Lo definirei un piccolo miracolo dettato non da una scelta a monte, ma semplicemente da selezioni che hanno visto emergere più giornaliste che giornalisti. Un motivo d'orgoglio per noi». Elisa Padoan ha visto crescere il gruppo negli anni, e parla con entusiasmo dei format più innovativi: «Nel palinsesto ci sono trasmissioni molto particolari come "Spazio professioni" gestito con Confprofessioni, "Focus professionisti", oltre a quattro programmi nell'ambito fiscale e tributario ("Tax and legal", "Tg fisco", e "Diretta fisco", "Obiettivo consulenza" che coinvolge i 15 principali studi tributaristi italiani). Una ricca offerta che apre le porte a molti professionisti, e non solo».

Ma quali sono gli strumenti multimediali maggiormente utilizzati dagli Ordini? Alcuni hanno una web tv, altri preferiscono i canali YouTube e social network. Prendiamo il caso del Consiglio nazionale forense. L'attività di comunicazione video è

essenzialmente finalizzata ad offrire agli avvocati un servizio di "approfondimento", e agli utenti vari informazioni. Il Cnf non utilizza una web tv intesa come un canale televisivo con una specifica programmazione, ma realizza alcune "campagne video" per raccontare la vita dei fori o in occasione di particolari eventi, soprattutto formativi. È il caso dei Congressi di aggiornamento giuridico-forense. I video sono pubblicati sul canale YouTube del Consiglio, promosso negli ultimi due anni in sinergia con una newsletter settimanale agli iscritti. Oltre a questo, il Consiglio fornisce, a partire dal

proprio sito istituzionale, un servizio di diretta streaming di eventi e convegni (l'ultima edizione del Congresso di aggiornamento forense ha visto, per esempio, collegati oltre 5.300 utenti unici).

Anche gli ingegneri hanno un canale YouTube ("tutto ingegneri.it") dove pubblicano interviste, immagini e video degli appuntamenti più importanti. Senza dimenticare Twitter e Facebook: «Gli strumenti telematici ed informatici accanto a nuove modalità di telelavoro sono alla base della nostra "rivoluzione informatica" - spiega Armando Zambrano, presidente Consiglio Nazionale Ingegneri - la multimedialità è diventata un elemento fondamentale». Il Consiglio nazionale dei chimici presenta un'offerta simile: «Trattiamo una materia complessa da spiegare e da capire - spiega Armando Zingales, Presidente Consiglio Nazionale dei Chimici - gli strumenti multimediali a disposizione sono alleati irrinunciabili che ci consentono di dialogare con la società su tematiche che altrimenti risulterebbero troppo tecniche».

Stesso discorso per il Consiglio nazionale degli architetti, come

spiega Simone Cola, presidente del dipartimento Cultura, promozione e comunicazione dello stesso ente: «Il nostro sito internet Archiworld risale agli anni '90. Oggi non abbiamo una vera e propria web tv, ma pubblichiamo video, proponiamo lo streaming degli eventi più importanti e rendiamo disponibile la nostra rivista digitale. L'obiettivo è integrare al meglio tutti gli strumenti di comunicazione per dare informazioni utili ai nostri iscritti». Per finire con l'Associazione nazionale consulenti del lavoro che ha una web Tv (Anclwebtv), dotata di tg settimanali, dirette di eventi e guide curate dagli esperti.