

# SPOT and WEB

Anno 5 - numero 67  
giovedì 9 aprile 2009 - pag. 2

*Per la tua pubblicità  
l'indirizzo giusto è  
pubblicita@spotandweb.it*

## Canale Italia punta al pubblico generalista

**Carlo Vittorio Giovannelli, DG di Italia Pubblicità:  
'Siamo partner dei nostri clienti'**

di Anna Tita Gallo

'Tre target in un'unica rete': con questo slogan Canale Italia si presenta in forma al pubblico. Non ad un pubblico di nicchia, ma al grande pubblico. Prepariamoci dunque all'ascesa di un'emittente generalista con tutte le carte in regola, vestita con l'abito delle grandi occasioni, con un palinsesto rinnovato e studiato per raggiungere tutti, i tre target appunto. Moltissimi i volti noti che prenderanno parte alle danze, all'interno di una programmazione volta a soddisfare i gusti di tutti, preannunciandosi come piatto ghiotto anche dal punto di vista della raccolta pubblicitaria. La visibilità garantita, secondo le previsioni, dovrebbe permettere di ottenere un importante ritorno economico nelle tasche degli investitori, ma soprattutto il raggiungimento di un pubblico eterogeneo attraverso un investimento unico. Carlo Vittorio Giovannelli è il Direttore Generale di Italia Pubblicità, la concessionaria che si occupa della raccolta pubblicitaria di Canale Italia. A Spot and Web racconta i nuovi progetti dell'emittente e rivela le prime previsioni.



**'Tre target in un'unica rete': cosa racchiude questo slogan?** "I tre target sono Donne, Famiglie e Giovani. Di solito raggiungerli implica l'esistenza di più emittenti, basti pensare a Mediaset che punta alla Famiglia con Rete4, ai Giovani con Italia1 e alle Famiglie con Canale5. Questo implica chiaramente diversi

tipi di pianificazione. Canale Italia, in questo senso, permette anche un certo 'risparmio', unendo i tre target nel palinsesto della stessa rete".

**A proposito di palinsesto, come sarà organizzato per raggiungere tutti?** "Ci sarà una suddivisione in fasce orarie, in modo da offrire ai tre target una programmazione adatta all'ora adatta. Ad esempio, la tv dei bambini sarà collocata in orario post-asilo, mentre alle famiglie sarà dedicato il prime time".

**CANALE  
Italia**

**Sarà una tv colta e di nicchia o ci sarà spazio anche per reality e simili?** "A dire

il vero non escludiamo nulla, nemmeno i reality. Stiamo costruendo una tv generalista, ma in futuro può accadere di tutto".

**Molti dei volti di Canale Italia sono già noti al grande pubblico. Ne ricordiamo qualcuno?** "Certo, si tratta innanzitutto di personaggi che hanno già firmato un contratto e che possiamo effettivamente considerare parte del team. Per citarne alcuni, Susanna Messaggio, Rosita Celentano, Marco Bellavia, Mario Furlan che avrà uno spazio dedicato al volontariato e al sociale, Paolo Brosio, Alvin, Max Novaresi, Charlie Gnocchi, Marta Flavi, Pino Campagna, Memo Remigi, il riconfermato Ciccio Graziani, il Colonnello Bonelli che conosciamo come metereologo del Tg2, Mauro della Porta Raffo e anche Vittorio Sgarbi. E poi ricorderei Barbara Bertarelli, responsabile degli autori. Sarà un laboratorio, esploreremo molto; ci saranno volti noti che si rimettono in gioco, ma anche personaggi come Bellavia, che quelli della mia generazione magari ricordano ai tempi di Bim Bum Bam e che adesso avrà una nuova occasione con programmi diversi da quelli in cui lo ricordiamo".

**Quali obiettivi perseguite, sia dal punto di vista dello share che da quello strettamente economico?** "Puntiamo ad un 2,5-3% di share, con un investimento importante. E' stata rivolta una grande attenzione alla raccolta pubblicitaria, il palinsesto nasce per offrire agli inserzionisti un prodotto televisivo che sia effettivamente visto dal pubblico. L'obiettivo non è comunque il semplice profitto aziendale, parliamo di una raccolta che ha prodotto meno entrate rispetto alle spese; tuttavia vogliamo garantire una visibilità massiccia a fronte di una spesa più bassa rispetto a Mediaset".