



## **Mercato** Le Fonti: il business si fa in televisione con appuntamenti tematici per specifici target e il coinvolgimento dei leader di settore

Con oltre 8 milioni di contatti profilati si conferma la strategia mirata alla diffusione e all'approfondimento televisivo dedicato alle diverse aree dell'economia

**L**e Fonti conferma la propria strategia mirata alla diffusione e all'approfondimento televisivo dedicato alle diverse aree dell'economia. 16 settimane televisive dedicate, 91 tavole rotonde, 134 relatori di spicco e oltre 6 milioni di contatti unici raggiunti. Questo i principali numeri di questa iniziativa, che è riuscita a raggiungere un pubblico business di oltre 8 milioni di professionisti e manager d'azienda tra il 2020 e oggi. "La situazione di emergenza non ha fatto che accelerare una tendenza che avevamo già visto e che già da tempo abbiamo sposato. La velocità con cui si muove l'economia e le continue evoluzioni dei diversi settori, necessitano di momento di approfondimento dedicati e puntuali. In un mondo dove la condivisione è alla base del progresso, abbiamo sempre ritenuto fondamentale che anche le problematiche e i cambiamenti delle diverse industry dovessero essere affrontate nel modo corretto, dando rilevanza ai protagonisti e alle loro esperienze. Per questo le nostre settimane televisive tematiche hanno successo, perché focalizzate a mettere in luce gli aspetti pratici del lavoro focalizzando l'attenzione sulle attività reali dei suoi addetti ai lavori, facendone protagonisti e fruitori".



Così ha spiegato Guido Giommi, Presidente di Le Fonti, il successo dell'iniziativa.

### **Normative ed evoluzioni del diritto**

Le tematiche legali, da sempre uno dei principali punti di forza del gruppo, hanno visto la creazione di tavole rotonde legate agli approfondimenti sul diritto penale, sul diritto fiscale e sul diritto del lavoro. Le diverse settimane televisive hanno visto la partecipazione di 51 partner che hanno approfondito i temi più importanti attraverso il racconto delle proprie esperienze.

### **Le tematiche sul lavoro**

Le 3 settimane tematiche organizzate dall'inizio dell'anno scorso a oggi hanno visto la partecipazione attiva di 61 partner che si sono confrontati con le problematiche e le best practice adottate dalle diverse società, dando un punto di vista pratico e di valore alle diverse esperienze e soluzioni. Tra i partner l'iniziativa ha potuto vantare la partecipazione di nomi come Vodafone, Sodexo, EdenRed, Fastweb,

Nespresso e tanti altri big. Un tema su cui i protagonisti si affronteranno nuovamente a novembre, nella prossima edizione della Le Fonti HRTV Week.

### **Assicurazioni e Risparmio gestito**

L'evoluzione del mercato assicurativo e del settore del risparmio gestito, sono stati affrontati attraverso il coinvolgimento dei big del settore che hanno dato vita ad approfondimenti di grande valore per queste due industry sempre più vicine tra loro. Sono stati oltre 100 i partner degli eventi televisivi realizzati dal 2020 ad oggi, con una grande partecipazione dell'audience profilata. Tra i partner le più importanti società dei due settori, come BlackRock, Generali, UnipolSai, Amundi, Invesco, Poste Italiane e tanti altri. Tra ottobre e novembre le due settimane televisive troveranno nuovo spazio nei palinsesti di Le Fonti TV con nuovi approfondimenti e spunti operativi.

### **Sostenibilità**

I temi della sostenibilità nella sua accezione più ampia di green eco-

nomy, ma anche inclusion, mobilità e nuovi approcci al consumo, saranno affrontati a settembre nella prima edizione della Le Fonti Sustainability TV Week, un evento che riunirà i protagonisti dei diversi settori che racconteranno il cambiamento in atto e l'evoluzione delle industries alla ricerca di un modello più virtuoso e responsabile.

### **Trend Online**

La strategia del gruppo Le Fonti può contare su una solida community business anche a livello internazionale, alla quale si unisce una grande capacità di diffondere i messaggi traducendoli e codificandoli anche sul pubblico finale grazie ad approfondimenti resi più fruibili da un attento lavoro editoriale, che vede la sua finale veicolazione al pubblico italiano attraverso Trend Online, ormai diventato punto di riferimento in Italia per tutte le tematiche economiche, grazie ad un audience in costante crescita che lo vede posizionato stabilmente nelle prime 15 posizioni della classifica ComScore, con quasi 18 milioni di utenti unici mese.