



Mercato Telesia lancia il nuovo canale UpTv con la brand identity di GittoBattaglia_22, scelta dopo gara

Angelo Sajeva, C.D. della società, spiega che un apposito tool di analytics permette di certificarne l'audience

di **Vittorio Parazzoli**

Da oggi, riflettori puntati su UpTv, il nuovo canale televisivo di Telesia, che subentra a Telesia Metro e Telesia Airport. Una tv dai contenuti esclusivi che accompagna le audience della mobilità sempre più sfuggenti che fruiscono i contenuti su diversi media e, per questo, sempre più ricercate dalle aziende per la comunicazione di prodotto. Una tv che guarda al futuro, che si inserisce nella videostategy delle connected tv e delle piattaforme digitali, ricca di idee e soprattutto di volti, fruita nei luoghi in cui le persone si incontrano e vivono la loro quotidianità. Una audience di quasi 10 milioni di spettatori unici ogni mese, distribuita su tutto il territorio nazionale, a cui UpTv offre il suo palinsesto, studiato nel rispetto della mission di sempre, figlia dell'esperienza di Telesia e dei media di Class Editori: informare, aggiornare, intrattenere.

Il commento

"UpTv si colloca nel panorama più innovativo del mercato dell'informazione e dell'industry televisiva. Lo fa grazie a BigDataCounter, il più sofisticato tool di analytics presente sul mercato, in grado di certificare l'audience di UpTv in tempo reale. Uno strumento che offre una risposta precisa all'esigenza degli advertiser che necessitano di audience mirate e di misurare con precisione l'impatto



Angelo Sajeva

pubblicitario delle campagne – afferma Angelo Sajeva, Consigliere Delegato di Telesia -. L'offerta di format autorevoli è l'ingrediente fondamentale della nostra ricetta: news sempre aggiornate e intrattenimento di qualità, il tutto abbinato a un modello commerciale a OTS garantite, che permette a clienti e investitori di raggiungere un numero certo di utenti qualificati, scelti in funzione delle strategie e degli obiettivi di planning".

Il concept

Il concept è tutto nuovo: un palinsesto ricco di progetti editoriali verticali e una brand & sound image completamente ripensata da GittoBattaglia_22, che si è aggiudicata l'incricò al termine di una gara. Un ambizioso pro-

getto di posizionamento editoriale, commerciale e tecnologico che, con l'aiuto di un'autorevole squadra di giornalisti e professionisti, racconterà ogni giorno quello che succede, in Italia e nel mondo, con approccio friendly ed empatico per garantire la fruizione della tv, accorciando le distanze in modo personale e coinvolgente. Tra i format previsti, ci sono: "100 Secondi", in onda ogni giorno: dal lunedì al venerdì, alle 18.00, in 100 secondi il giornalista Franco Tagliarferri racconta i due fatti più importanti della giornata, narrando la loro evoluzione fino agli ultimi aggiornamenti; "#whytrend", della durata di 60", in onda dalle 06.00 alle 09.00, in cui giornalista Pasquale Ancona spiega

perché un concetto, una parola o un personaggio è tra i trends di Google o in tendenza su Twitter. Cronaca, cultura, società, raccontate con un linguaggio social: leggero, non impostato, ma al tempo stesso autorevole e sicuro. Uno strumento in più per comprendere ciò che accade sul web; e "Grand Hotel", della durata di 120", in onda in serata e nei week-end in cui Giacomo Nicollella Maschiotti, giornalista e critico d'arte, racconta una mostra, una novità o un semplice spunto di riflessione dal mondo della cultura. E' lui stesso a scegliere il tema, che non necessariamente dovrà stare dietro alla cronaca o all'attualità, senza escludere il racconto degli appuntamenti più importanti del mese.

Class lancia UpTv, il nuovo canale di Telesia dedicato al pubblico della mobilità

Brand & sound image ripensata da GittoBattaglia_22, che si è aggiudicata l'incarico dopo una gara



Dal 17 marzo 2023 si è accesa **UpTv**, il nuovo canale televisivo di **Telesia**, la società del **Gruppo Class Editori** che fornisce soluzioni multimediali per la videocomunicazione, e che subentra a Telesia Metro e Telesia Airport.

Una Tv dai contenuti esclusivi che accompagna le audience della mobilità sempre più sfuggenti che fruiscono i contenuti su diversi media e, per questo, sempre più ricercate dalle aziende per la comunicazione di prodotto. Una Tv che guarda al futuro, che si inserisce nella videostrategy delle connected Tv e delle piattaforme digitali, ricca di idee e soprattutto di volti, fruita nei luoghi in cui le persone si incontrano e vivono la loro quotidianità.

Una audience di quasi 10 milioni di spettatori unici ogni mese, distribuita su tutto il territorio nazionale, a cui UpTv offre il suo palinsesto, studiato nel rispetto della mission di sempre, figlia dell'esperienza di Telesia e dei media di Class Editori: informare, aggiornare, intrattenere.

«UpTv si colloca nel panorama più innovativo del mercato dell'informazione e dell'industry televisiva. Lo fa grazie a BigDataCounter, il più sofisticato tool di analytics presente sul mercato, in grado di certificare l'audience di UpTv in tempo reale – afferma **Angelo Sajeva**,

Consigliere Delegato di Telesia -. Uno strumento che offre una risposta precisa all'esigenza degli advertiser che necessitano di audience mirate e di misurare con precisione l'impatto pubblicitario delle campagne. L'offerta di format autorevoli è l'ingrediente fondamentale della nostra ricetta: news sempre aggiornate e intrattenimento di qualità, il tutto abbinato a un modello commerciale a OTS garantite, che permette a clienti e investitori di raggiungere un numero certo di utenti qualificati, scelti in funzione delle strategie e degli obiettivi di planning».

Il concept è tutto nuovo: un palinsesto ricco di progetti editoriali verticali e una brand & sound image completamente ripensata da **GittoBattaglia_22**, che si è aggiudicata l'incarico dopo una gara.

Un ambizioso progetto di posizionamento editoriale, commerciale e tecnologico che, con l'aiuto di un'autorevole squadra di giornalisti e professionisti, racconterà ogni giorno quello che succede, in Italia e nel mondo, con approccio friendly ed empatico per garantire la fruizione della Tv, accorciando le distanze in modo personale e coinvolgente.

Tra i format previsti, ci sono: *100 Secondi*, in onda ogni giorno: dal lunedì al venerdì, alle 18.00, in 100 secondi il giornalista Franco Tagliaferri racconta i due fatti più importanti della giornata, narrando la loro evoluzione fino agli ultimi aggiornamenti; *#whytrend*, della durata di 60'', in onda dalle 06.00 alle 09.00, in cui giornalista Pasquale Ancona spiega perché un concetto, una parola o un personaggio è tra i trends di Google o in tendenza su Twitter.

Cronaca, cultura, società, raccontate con un linguaggio social: leggero, non impostato, ma al tempo stesso autorevole e sicuro.

Uno strumento in più per comprendere ciò che accade sul web; *Grand Hotel*, della durata di 120'', in onda in serata e nei week-end in cui Giacomo Nicoletta Maschietti, giornalista e critico d'arte, racconta una mostra, una novità o un semplice spunto di riflessione dal mondo della cultura. È lui stesso a scegliere il tema, che non necessariamente dovrà stare dietro alla cronaca o all'attualità, senza escludere il racconto degli appuntamenti più importanti del mese.



Telesia lancia il nuovo canale UpTv con la brand identity curata da GittoBattaglia_22, scelta dopo gara - YM!



Nasce UpTv, il nuovo canale televisivo di Telesia. Una tv che accompagna le audience della mobilità che fruiscono i contenuti su diversi media.

La tv si inserisce nella videostrategy delle connected tv e delle piattaforme digitali. Una audience di quasi 10 milioni di spettatori unici ogni mese, distribuita su tutto il territorio nazionale, a cui UpTv offre il suo palinsesto, studiato per informare, aggiornare, intrattenere.

“UpTv si colloca nel panorama più innovativo del mercato dell’informazione e dell’industry televisiva. Lo fa grazie a BigDataCounter, il più sofisticato tool di analytics presente sul mercato, in grado di certificare l’audience di UpTv in tempo reale. Uno strumento che offre una risposta precisa all’esigenza degli advertiser che necessitano di audience mirate e di misurare con precisione l’impatto pubblicitario delle campagne”, spiega in una nota Angelo Sajeva, Consigliere Delegato Telesia.

Il concept è nuovo: un palinsesto ricco di progetti editoriali verticali e **una brand & sound image completamente ripensata da GittoBattaglia22, scelta dopo gara.**

Un progetto di posizionamento editoriale, commerciale e tecnologico che, con l’aiuto di una squadra di giornalisti e professionisti, racconterà ogni giorno quello che succede, in Italia e nel mondo.

“L’offerta di format autorevoli – conclude Sajeva – è l’ingrediente fondamentale della nostra ricetta: **news sempre aggiornate e intrattenimento di qualità, il tutto abbinato a un modello commerciale a OTS garantite**, che permette a clienti e investitori di raggiungere un numero certo di utenti qualificati, scelti in funzione delle strategie e degli obiettivi di planning”.

Telesia lancia il nuovo canale UpTv con la brand identity di GittoBattaglia_22, scelta dopo gara

di Redazione

h 10.08 - 17/03/2023



Angelo Sajeve, C.D. della società, spiega che un apposito tool di analytics permette di certificarne l'audience

Da oggi, riflettori puntati su **UpTv, il nuovo canale televisivo di Telesia, che subentra a Telesia Metro e Telesia Airport**. Una tv dai contenuti esclusivi che accompagna le audience della mobilità sempre più sfuggenti che fruiscono i contenuti su diversi media e, per questo, sempre più ricercate dalle aziende per la comunicazione di prodotto. Una tv che guarda al futuro, che si inserisce nella videostrategy delle connected tv e delle piattaforme digitali, ricca di idee e soprattutto di volti, fruita nei luoghi in cui le persone si incontrano e vivono la loro quotidianità. Una audience di quasi 10 milioni di spettatori unici ogni mese, distribuita su tutto il territorio nazionale, a cui UpTv offre il suo palinsesto, studiato nel rispetto della mission di sempre, figlia dell'esperienza di Telesia e dei media di Class Editori: informare, aggiornare, intrattenere.

Il commento

“UpTv si colloca nel panorama più innovativo del mercato dell'informazione e dell'industry televisiva. Lo fa grazie a **BigDataCounter**, il più sofisticato tool di analytics presente sul mercato, in grado di certificare l'audience di UpTv in tempo reale. Uno strumento che offre una risposta precisa all'esigenza degli advertiser che necessitano di audience mirate e di misurare con precisione l'impatto pubblicitario delle campagne – afferma **Angelo Sajeve, Consigliere Delegato di Telesia**.

L'offerta di format autorevoli è l'ingrediente fondamentale della nostra ricetta: news sempre aggiornate e intrattenimento di qualità, il tutto abbinato a un modello commerciale a OTS garantite, che permette a clienti e investitori di raggiungere un numero certo di utenti qualificati, scelti in funzione delle strategie e degli obiettivi di planning”.

Il concept

Il concept è tutto nuovo: un palinsesto ricco di progetti editoriali verticali e una brand & sound image completamente ripensata da GittoBattaglia_22, che si è aggiudicata l'incricio al termine di una gara. Un ambizioso progetto di posizionamento editoriale, commerciale e tecnologico che, con l'aiuto di un'autorevole squadra di giornalisti e professionisti, racconterà ogni giorno quello che succede, in Italia e nel mondo, con approccio friendly ed empatico per garantire la fruizione della tv, accorciando le distanze in modo personale e coinvolgente. Tra i format previsti, ci sono: “100 Secondi”, in onda ogni giorno: dal lunedì al venerdì, alle 18.00, in 100 secondi il giornalista Franco Tagliaferri racconta i due fatti più importanti della giornata, narrando la loro evoluzione fino agli ultimi aggiornamenti; “#whytrend”, della durata di 60”, in onda dalle 06.00 alle 09.00, in cui giornalista Pasquale Ancona spiega perché un concetto, una parola o un personaggio è tra i trends di Google o in tendenza su Twitter. Cronaca, cultura, società, raccontate con un linguaggio social: leggero, non impostato, ma al tempo stesso autorevole e sicuro. Uno strumento in più per comprendere ciò che accade sul web; e “Grand Hotel”, della durata di 120”, in onda in serata e nei week-end in cui Giacomo Nicoletta Maschietti, giornalista e critico d'arte, racconta una mostra, una novità o un semplice spunto di riflessione dal mondo della cultura. E' lui stesso a scegliere il tema, che non necessariamente dovrà stare dietro alla cronaca o all'attualità, senza escludere il racconto degli appuntamenti più importanti del mese.



Al via la tv dai contenuti esclusivi che accompagna il pubblico in mobilità

Class, nasce il canale UpTv

Programmi ad hoc dall'informazione al tempo libero

DI GIOVANNI GALLI

L'informazione, sempre e costantemente aggiornata. Ma anche il clima e la sostenibilità, il cinema e la musica, la moda e il cibo, la tecnologia e l'automotive. Tutto proposto in un palinsesto televisivo totalmente rinnovato. Ieri sera nelle metropolitane di Milano, Roma, Brescia e Genova e nei principali aeroporti italiani, su tutti gli schermi di Telesia si è accesa UpTv, il nuovo canale televisivo della società di Class Editori. Una tv dai contenuti esclusivi, che accompagna le audience della mobilità sempre più sfuggenti, che fruiscono i contenuti su diversi media e, per questo, sempre più ricercate dalle aziende per la comunicazione di prodotto.

UpTv può contare su una audience di quasi 10 milioni di spettatori unici ogni mese, distribuita su tutto il territorio nazionale, a cui offre programmi studiati appositamente per il pubblico in movimento, nel ri-

spetto della mission di sempre, figlia dell'esperienza di Telesia e dei media di Class Editori: informare, aggiornare, intrattenere. Oltre a *Ultim'Ora*, notiziario che in 60 secondi informa costantemente il pubblico con notizie di cronaca, politica, esteri, sport, arriva *100 Secondi*,

telegiornale condotto dai giornalisti di UpTv, che, dalle 18, tutti i giorni, racconta il fatto più importante della giornata. *#whytrend*, con **Pasquale Ancona**, dalle 6 alle 9, svela la parola, il concetto il personaggio in quel momento tra i trend di Google o in tendenza su Twitter. A *Grand Hotel* **Giacomo Nicoletta Maschietti**, giornalista ed esperto d'arte, porta il pubblico di UpTv dietro le quinte di una mostra, di un film, di un evento culturale. *Eye Tech* è il format dove **Davide Fuma-**

galli affronta, in modo semplice e immediato, i grandi temi della tecnologia; *Drive Club* l'appuntamento esclusivo, curato da **Aldo Bognini Cobianchi**, sulle novità del mondo automotive; *Change!* lo spazio in cui **Serena Giacomini** interviene per raccontare, da fisica climatologa, il mondo che ci circonda, i cambiamenti climatici, i comportamenti sostenibili che ognuno di noi può adottare per contribuire a preservare il pianeta. Non mancano, e anzi hanno un peso impor-



Un momento di 100 Secondi con Franco Tagliaferri

tante nel palinsesto quotidiano di UpTv, i contributi di Class Tv Moda e di Gambero Rosso, i due canali televisivi di Class Editori dedicati al mondo del fashion e a quello del food.

«UpTv si colloca nel panorama più innovativo del mercato dell'informazione e dell'industria televisiva», ha

commentato **Angelo Sajeve**, consigliere delegato di Telesia Spa. «Lo fa», ha continuato Sajeve durante la presentazione del nuovo canale, nel corso della serata dei Milano Marketing Festival Awards, «grazie a BigDataCounter, il più sofisticato tool di analytics presente sul mercato, in grado di certificare l'audience di UpTv in tempo reale. Uno strumento che offre una risposta precisa all'esigenza degli advertiser che necessitano di audience mirate e di misurare con precisione l'im-

patto pubblicitario delle campagne».

«UpTv è un invito ad alzare lo sguardo dallo schermo del cellulare», ha aggiunto **Andrea Cabrini**, direttore dell'Area TV di Class Editori, «ad andare oltre e a informarsi, aggiornarsi e intrattenersi negli spazi in cui ci muoviamo tutti i giorni, dalle stazioni della metropolitana agli aeroporti. Non da soli, ma insieme».

Anche l'immagine visiva e sonora di UpTv è completamente ripensata, grazie all'apporto di un'agenzia creativa di fama internazionale come Gitto Battaglia 22. «L'offerta di format autorevoli», ha concluso Angelo Sajeve, «è l'ingrediente fondamentale della nostra ricetta: news sempre aggiornate e intrattenimento di qualità, il tutto abbinato a un modello commerciale a OTS garantite, che permette a clienti e investitori di raggiungere un numero certo di utenti qualificati, scelti in funzione delle strategie e degli obiettivi di planning».

© Riproduzione riservata

L'editoria in Piazza Affari

Indice	Chiusura	Var. %	Var. % 30/12/22
FTSE IT All Share	28.066,39	1,40	9,12
FTSE IT MEDIA	7.255,53	0,51	9,61

Titolo	Rif.	Var. %	Var. % 30/12/22	Capitaliz. (mln €)
Cairo Communication	1,6280	0,62	9,41	218,8
Caltagirone Editore	0,9700	-1,02	0,41	121,3
Class Editori	0,0828	0,98	-1,43	22,9
Il Sole 24 Ore	0,5220	0,77	9,89	29,4
MFE B	0,6500	0,46	15,76	767,8
Mondadori	1,7680	2,20	-2,21	462,3
Monrif	0,0688	2,69	21,13	14,2
Rcs Mediagroup	0,6950	-0,71	3,58	362,7

Capital

LA RIVISTA CHE DA 40 ANNI
RACCONTA E ISPIRA LE STORIE DI
SUCCESSO DI IMPRENDITORI,
MANAGER E INNOVATORI ITALIANI

ogni mese in edicola

WWW.CLASSABBONAMENTI.COM

DISPONIBILE PER

Class editori



CLASSIFIED LE MIGLIORI APP DELLE BANCHE

Class
Il magazine del futuro che esiste

N. 430
5,50 euro *
Febbraio 2023
www.class.it

conti online e smart payments
le 10 piattaforme top che cambiano il rapporto con il denaro per i millennials ma non solo

lavoro
dal concierge al metaverso le nuove professioni tech

psicologia
lettino addio la seduta adesso si fa online

eco-mobilità
altro che elettrico sbarca l'auto a energia solare

IN EDICOLA & DIGITALE

SMART BANKING

Pagare, gestire il conto corrente, fare investimenti le migliori app e piattaforme che hanno messo la banca nel taschino (o al polso)

Una rivoluzione digitale che piace, non solo ai Millennials

IN EDICOLA E IN DIGITALE

Class editori



Ordina la tua copia su primaedicola.it

Abbonati su www.classabbonamenti.com/class



SCARICA L'APP **Class**

UpTv, è in onda il nuovo canale televisivo di Telesia per il pubblico della mobilità

News e intrattenimento a tutte le ore del giorno: si è accesa la rete del Gruppo Class Editori

Dal 17 marzo 2023 si è accesa **UpTv**, il nuovo canale televisivo di **Telesia**, la società del Gruppo Class Editori che fornisce soluzioni multimediali per la videocomunicazione. Il progetto è definito dai suoi creatori "una tv dai contenuti esclusivi che accompagna le **audience della mobilità**, una audience di 10 milioni di spettatori unici ogni mese, distribuita su tutto il territorio nazionale". Ma di che si occupa UpTv e cosa si vedrà di preciso su questa nuova televisione?

UpTv: cos'è il nuovo canale televisivo di Telesia

I contenuti di UpTv sono di due tipi: **news in costante aggiornamento e intrattenimento premium**. Il palinsesto è caratterizzato da progetti editoriali verticali e per l'occasione la "brand & sound image" è stata completamente ripensata dall'agenzia GittoBattaglia22. L'obiettivo è offrire al pubblico "un'esperienza completamente nuova, attraente e coinvolgente" con una tv "innovativa, che guarda al futuro, dai contenuti esclusivi, ricca di idee e soprattutto di volti".

Testimonial di UpTv è **Silvia Sgaravatti**, giornalista e conduttrice di ClassTV Cnbc e protagonista di numerosi apparizioni in Rai ai tempi di [Detto fatto](#). Sgaravatti è affiancata da una squadra di cronisti e professionisti dell'informazione pronti a raccontare ogni giorno quello che succede in Italia e nel resto del mondo "con approccio *friendly* ed empatico per garantire la fruizione della tv, accorciando le distanze in modo personale e coinvolgente".

L'informazione prevede il notiziario **Ultim'ora** di 60 secondi, il telegiornale **100 secondi** ogni giorno alle 18, l'approfondimento **#WhyTrend** con Pasquale Ancona (dalle 6 alle 9 del mattino) sulla parola, il concetto o il personaggio di tendenza del giorno. **Grand Hotel** con Giacomo Nicoletta Maschietti porta gli spettatori tra mostre, film ed eventi culturali, mentre **Eye Tech** con Davide Fumagalli, **Drive Club** con Aldo Bolognini Cobianchi e **Change!** con Serena Giacomini affrontano i temi della tecnologia, dell'automotive, del meteo e del clima. Sono previsti pure contributi di **Class TV Moda** e **Gambero Rosso** su fashion e cibo.

UpTv, palinsesto per chi è in metro e in aeroporto

UpTv sfrutta il sistema **BigDataCounter**, il più sofisticato tool di analytics presente sul mercato in grado di certificare l'audience in tempo reale. È per questo che la rete "si colloca nel panorama più innovativo del mercato dell'informazione e dell'industria televisiva", spiega Angelo Sajevo, Consigliere Delegato di [Telesia](#).

L'offerta di format autorevoli è l'ingrediente fondamentale della nostra ricetta: news sempre aggiornate e intrattenimento di qualità, il tutto

abbinato a un modello commerciale a OTS garantite, che permette a clienti e investitori di raggiungere un numero certo di utenti qualificati, scelti in funzione delle strategie e degli obiettivi di planning.

Ma dove si vede UpTv? Non sul digitale terrestre, sulle piattaforme streaming o sulla televisione satellitare bensì **nelle stazioni della metropolitana e negli aeroporti** presenti su tutto il territorio nazionale. È quello che Andrea Cabrini, direttore dell'Area Tv di Class Editori, definisce "un invito ad alzare lo sguardo dallo schermo del cellulare".

Riproduzione riservata ©2023 - PCTV



Si è accesa UpTv

venerdì 17 marzo 2023 15:35 Fabio Fabbretti [Televisione](#)



UpTv (foto Instagram @uptv_ita)

Si accendono i riflettori su **UpTv**, il nuovo canale televisivo di Telesia, che a partire dalla giornata di oggi accompagna le audience della mobilità (**nelle stazioni della metropolitana e negli aeroporti**), tutti coloro che fruiscono i contenuti su diversi media. Si tratta di **quasi 10 milioni di spettatori** unici ogni mese, distribuiti sull'intero territorio nazionale, a cui UpTv offre il suo palinsesto con l'obiettivo di informare, aggiornare e intrattenere.

"UpTv si colloca nel panorama più innovativo del mercato dell'informazione e dell'industry televisiva. Lo fa grazie a BigDataCounter, il più sofisticato tool di analytics presente sul mercato, in grado di certificare l'audience di UpTv in tempo reale. Uno strumento che offre una risposta precisa all'esigenza degli advertiser che necessitano di audience mirate e di misurare con precisione l'impatto pubblicitario delle campagne"

afferma **Angelo Sajevo**, Consigliere Delegato di Telesia Spa, che

aggiunge:

“L’offerta di format autorevoli è l’ingrediente fondamentale della nostra ricetta: news sempre aggiornate e intrattenimento di qualità, il tutto abbinato a un modello commerciale a OTS garantite, che permette a clienti e investitori di raggiungere un numero certo di utenti qualificati, scelti in funzione delle strategie e degli obiettivi di planning”.

UpTv, canale della società di Class Editori, **“e un invito ad alzare lo sguardo dallo schermo del cellulare”**, dice **Andrea Cabrini**, direttore dell’Area Tv di Class Editori, accendendosi nei luoghi e negli spazi dove il pubblico di riferimento si muove. Concept tutto nuovo, a cominciare da un’immagine visiva e sonora completamente ripensata grazie al coinvolgimento di un’agenzia di fama internazionale come GittoBattaglia_22.

Il palinsesto di UpTv

Molti i format che compongono il palinsesto di UpTv. Oltre a **Ultim’Ora**, il notiziario di 60 secondi, arriva **100 Secondi**, il telegiornale condotto dai varo giornalisti del canale, che ogni giorno alle 18 racconta il fatto più importante della giornata. C’è **#whytrend** con Pasquale Ancona, dalle 6 alle 9, che svela la parola, il concetto o il personaggio in quel momento tra i trend di Google o in tendenza su Twitter; **Grand Hotel** con Giacomo Nicoletta Maschietti, giornalista ed esperto d’arte, che porta il pubblico di UpTv dietro le quinte di una mostra, di un film o di un evento culturale.

E poi **Eye Tech**, format dove Davide Fumagalli affronta i grandi temi della tecnologia; **Drive Club**, l’appuntamento curato da Aldo Bolognini Cobianchi sulle novità del mondo automotive; **Change!**, lo spazio in cui la fisica climatologa Serena Giacomini interviene per raccontare il mondo che ci circonda e come preservare il pianeta. Ci saranno anche i **contributi di Class Tv Moda e di Gambero Rosso**, i due canali televisivi di Class Editori dedicati al mondo del fashion e a quello del food.

