

UpTv, battesimo d'autore con Michelangelo Pistoletto per il nuovo canale televisivo lanciato da Class Editori

Battesimo d'autore per UpTv. Il canale televisivo lanciato appena una settimana fa dal gruppo Class Editori durante la serata conclusiva del Milano Marketing Festival 2023, ha avuto come suo primo ospite un Maestro dell'arte italiana e internazionale: Michelangelo Pistoletto, considerato uno dei più grandi - se non il più grande - artista italiano vivente. In queste settimane, il visionario biellese è in mostra a Roma e a Milano con due delle più importanti esposizioni di sempre: «Infinity» e «La pace preventiva». UpTv ha avuto l'onore di averlo ospite nel suo format dedicato all'arte e alla cultura, *Grand Hotel*, condotto dal giornalista e critico d'arte Giacomo Nicoletta Maschietti. Pistoletto, che ha espressamente voluto questo momento di scambio dopo aver visto la nuova UpTv in metropolitana, ha commentato con Nicoletta il titolo della sua mostra milanese. «Pace preventiva», ha spiegato l'artista, «significa che noi abbiamo sempre vissuto la guerra come unica possibilità di vita. Quando, nel 2003, Bush e Blair hanno dichiarato la guerra preventiva, io mi sono spaventato. Noi dobbiamo fare la pace preventiva. Basta con la pace come scusa per fare la guerra». Una riflessione dall'attualità disarmante, che ri-

specchia la lucidità e la lungimiranza di un intellettuale che a giugno compirà 90 anni. Su UpTv, poi, Pistoletto ha accennato un'esegesi della sua opera più nota e ricordata, il *Terzo Paradiso*. «Il *Terzo Paradiso* vuol dire che ci sono due paradisi prece-



Giacomo Nicoletta Maschietti e Michelangelo Pistoletto

«Il primo è quello naturale di quando eravamo totalmente integrati nella natura. Poi, con il morso della mela, siamo entrati nel secondo paradiso, quello artificiale, che è cresciuto fino a oggi portando meraviglie, ma portando anche un degrado verso la natura. Dunque, siamo oggi responsabili di

questo nostro pianeta e abbiamo bisogno di trovare un terzo paradiso che metta natura e artificio in condizione di trovare armonia ed equilibrio». Dopo il rebranding a cura dell'agenzia di comunicazione Gitto-Battaglia22, UpTv ha dato inizio alla sua programmazione. Un contenitore del tutto nuovo, fatto di volti e programmi di approfondimento giornalistico. 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 videostrategia 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 Tele-sia e dei media di Class Editori: informare, aggiornare, intrattenere.

© Riproduzione riservata

CHESSIDICE

Apple, un mld all'anno per produrre film. La casa di Cupertino sta pianificando di investire un miliardo di dollari all'anno nella produzione di film destinati all'uscita nelle sale cinematografiche di tutto il mondo.

Twitter, dal 1° aprile via la vecchia spunta blu. Twitter rimuoverà la spunta blu agli account verificati prima dell'acquisizione da parte di Elon Musk, una misura ampiamente annunciata dal patron di Tesla. Gli utenti potranno pagare l'abbonamento a Twitter Blue per mantenere i loro segni di spunta.

Rai, cambio al vertice di Rai Way. Il cda della Rai ha formalizzato le proposte di nomina, che successivamente dovranno passare al vaglio dell'assemblea degli azionisti, della consociata Rai Way. Roberto Cecatto è stato designato come a.d.; alla carica di presidente è stato indicato Giuseppe Pasciuc-co. Nel cda della società quotata, per conto Rai è stata indicata Michela La Pietra.

© Riproduzione riservata

CANTIERE ITALIA EFFETTO PNRR Grazie

Al pubblico che giovedì 23 marzo ha seguito con grande partecipazione l'evento dedicato al futuro delle infrastrutture del nostro Paese.

Live su ClassCnbc (Sky 507), milanofinanza.it, piattaforma Zoom e in diretta LinkedIn su MilanoFinanza

I relatori:

Adina Vălean,
Commissaria Europea per i Trasporti

Gilberto Pichetto Fratin,
Ministro dell'Ambiente
e della Sicurezza energetica

Paolo Zangrillo,
Ministro per la Pubblica
Amministrazione

Gelsomina Vigliotti,
BEI

Edwin Lau,
OCSE

Luisella Altare,
UniCredit

Giuseppe Ricci,
Confindustria Energia

Paolo Gallo,
Italgas

Zeno D'Agostino,
Porti di Trieste e Monfalcone

Andrea Agostinelli,
Autorità di Sistema Portuale
Gioia Tauro

Emiliano Pacelli,
IBM

Pierluigi Di Palma,
Enac

Fabrizio Palermo,
Acea

Pietro Salini,
Webuild

Giuseppe Busia,
ANAC

Federica Brancaccio,
ANCE

I Partner:  





Media

UpTV: Michelangelo Pistoletto protagonista del format Grand Hotel

Dopo il rebranding a cura dell'agenzia di comunicazione GittoBattaglia22, il canale televisivo lanciato da Class Editori ha come primo ospite il celebre artista biellese.

Battesimo d'autore per **UpTv**. Il canale televisivo lanciato appena una settimana fa dal gruppo **Class Editori** durante la serata conclusiva del **Milano Marketing Festival 2023**, ha avuto come suo primo ospite un Maestro dell'arte italiana e internazionale.

Michelangelo Pistoletto è considerato uno dei più grandi - se non il più grande - artista italiano vivente. In queste settimane, il visionario biellese è in mostra a Roma e a Milano con due delle più importanti esposizioni di sempre: "Infinity" e "La pace preventiva". UpTv ha avuto l'onore di averlo ospite nel suo format dedicato all'arte e

alla cultura, **Grand Hotel**, condotto dal giornalista e critico d'arte **Giacomo Nicoletta Maschietti**.

Pistoletto, che ha espressamente voluto questo momento di scambio dopo aver visto la nuova UpTv in metropolitana, ha commentato con Nicoletta il titolo della sua mostra milanese.

“**Pace preventiva** - ha spiegato l'artista - significa che noi abbiamo sempre vissuto la guerra come unica possibilità di vita. Quando, nel 2003, Bush e Blair hanno dichiarato la guerra preventiva, io mi sono spaventato. Noi dobbiamo fare la pace preventiva. Basta con la pace come scusa per fare la guerra”. Una riflessione dall'attualità disarmante, che rispecchia la lucidità e la lungimiranza di un intellettuale che a giugno compirà 90 anni.

Su UpTv, poi, Pistoletto ha accennato un'esegesi della sua opera più nota e ricordata, il **Terzo Paradiso**. “Il Terzo Paradiso vuol dire che ci sono due paradisi precedenti - ha commentato - il primo è quello naturale di quando eravamo totalmente integrati nella natura. Poi, con il morso della mela, siamo entrati nel secondo paradiso, quello artificiale, che è cresciuto fino a oggi portando meraviglie, ma portando anche un degrado verso la natura”.

“Dunque, siamo oggi responsabili di questo nostro pianeta e abbiamo bisogno di trovare un terzo paradiso che metta natura e artificio in condizione di trovare armonia ed equilibrio”.

Dopo il **rebranding** a cura dell'agenzia di comunicazione **GittoBattaglia22**, UpTv ha dato inizio alla sua programmazione. Un contenitore del tutto nuovo, fatto di volti e programmi di approfondimento giornalistico. 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.



Editoria Gardenia in edicola con l'ABC del giardinaggio della Royal Horticultural Society, tiratura di 80.000 copie e adv su stampa e tv

Il mensile di Cairo Editore presenta i segreti del giardinaggio della RHS ai lettori



Dal 30 marzo è in edicola con Gardenia di aprile, il mensile di Cairo Editore diretto da Emanuela Rosa-Clot, il primo dei due volumi della guida ABC del Giardinaggio, pubblicata per la prima volta in Italia e realizzata in collaborazione

con la Royal Horticultural Society, vera e propria istituzione nel mondo del gardening, fondata a Londra nel 1804. Il primo volume della guida ABC del Giardinaggio avrà il costo di 6,90 euro in più ed è supportato da una campagna pianificata sulle testate Cairo Editore e sui canali tv Rai, La7 e La7d.

Le guide

Nelle 400 pagine, illustrate con più di 1.000 fotografie, consigli e informazioni per scoprire tutti i segreti del giardinaggio e per risolvere dubbi e problemi attraverso soluzioni pratiche frutto dell'esperienza sul campo. Un'opera indispensabile per tutti gli appassionati di gardening, adatta sia a principianti sia ai più esperti grazie un approccio di facile lettura e assimilazione. Il lettore viene infatti accompagnato passo dopo passo partendo dagli argomenti fondamentali come la valutazio-

ne del tipo di terreno e dell'ambiente, la scelta delle piante e le pratiche di coltivazione più adeguate. Il primo volume è dedicato alla progettazione del giardino e alle piante più adatte per aiuole e bordure con la descrizione delle coltivazioni di piante perenni, annuali e biennali, bulbose, rose, rampicanti, prati e giardini di ghiaia. Nel secondo volume sono trattati gli alberi, le siepi, i contenitori, le piante commestibili, gli attrezzi e le tecniche di coltivazione, le cure e le pratiche ecologiche, i fruttiferi, gli ortaggi e infine il calendario dei lavori in giardino.

Il numero di aprile

Ampio spazio alle meraviglie della natura anche nel numero di aprile di Gardenia, a partire dal servizio di copertina dedicato al giardino botanico di Nancy, in Francia, con una collezione di oltre 200 varietà di lillà creati dalla

famiglia Lemoine. Nel numero, inoltre, gli affascinanti reportage delle visite a Roma dei Giardini Segreti della Galleria Borghese, aperti eccezionalmente al pubblico fino a fine maggio, e a Cannes nel lussureggiante giardino di Marina Picasso, dove il nonno Pablo Picasso abitò e lavorò per parecchi anni. Da segnalare inoltre lo speciale dedicato ai tulipani del gruppo "Miscellanea" caratterizzati da una bellezza discreta e delicata, con i consigli per coltivarli al meglio nel giardino di casa.

La gardening community

Con 190 mila follower è in costante crescita l'account Instagram del mensile, la più grande community italiana di appassionati di piante e gardening: nel social media sono disponibili video tutorial, guide alla coltivazione e alla manutenzione, schede piante e consigli degli esperti.

GoTv UpTV: Michelangelo Pistoletto protagonista del format Grand Hotel condotto da Nicoletta Maschietti

L'artista biellese è il primo grande ospite del nuovo canale televisivo di Class Editori, sempre per informare, aggiornare, intrattenere

Battesimo d'autore per UpTV. Il canale televisivo lanciato appena una settimana fa dal gruppo Class Editori durante il Milano Marketing Festival 2023, ha avuto come suo primo ospite Michelangelo Pistoletto, uno dei più grandi artisti italiani viventi. In queste settimane, il visionario biellese è in mostra a Roma e a Milano con due importanti esposizioni: "Infinity" e "La pace preventiva". UpTV l'ha avuto ospite nel suo format dedicato all'arte e alla cultura, Grand Hotel, condotto dal giornalista e critico

d'arte Giacomo Nicoletta Maschietti. Dopo il rebranding a cura dell'agenzia di comunicazione GittoBattaglia22, UpTV ha dato inizio alla sua programmazione. Un contenitore del tutto nuovo, fatto di volti e programmi di approfondimento giornalistico. Una tv dai contenuti esclusivi che accompagna le audience della mobilità sempre più sfuggenti che fruiscono delle informazioni su diversi media e, per questo, sempre più ricercate dalle aziende per la comunicazione di prodotto. Una tv che guar-

da 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 Telsia e dei media di Class Editori: informare, aggiornare, intrattenere.