

In edicola Il Settimanale il nuovo giornale economico dedicato alle PMI diretto da Brachino

LINK: <https://www.marketingjournal.it/in-edicola-il-settimanale-il-nuovo-giornale-economico-dedicato-alle-pmi-diretto-da-brachino/>



In edicola Il Settimanale il nuovo giornale economico dedicato alle PMI diretto da Brachino **Media** Nasce un nuovo giornale. Il suo nome? "Il Settimanale". L'iniziativa editoriale rappresenta l'evoluzione di Pmi.it che, forte dei propri numeri e risultati, si dimostra capace di rinnovare e attirare nuovi lettori. "Né apocalittici, né integrati, ma realistici", spiega il direttore Claudio Brachino nel suo editoriale di apertura del primo numero della rivista. "Del resto, secondo il buon Freud, un buon principio di realtà è segno di salute mentale. Prima di dire chi siamo, come in ogni inizio editoriale, preme allora dire dove siamo, in che punto della Storia. La pazienza degli italiani, famiglie e imprese, è al limite come fotografa il calembour provocatorio del nostro titolo di apertura. Caro energia e bollette vergognose sono la prima emergenza, un'emergenza che divora una brutta e

frammentaria campagna elettorale. Rimane il che fare con l'Europa alle prese col prezzo del gas, con le ritorsioni di Putin e col costo del danaro". "Il nostro giornale sarà per tutti", prosegue nel suo editoriale Brachino, "imprenditori e risparmiatori, commercialisti e partite Iva, sarà per voi cittadini". "Il Settimanale", il nuovo giornale di Brachino L'obiettivo de "Il Settimanale" è fornire agli utenti e ai lettori la possibilità di commentare le norme vigenti, offrendo alla politica spunti per migliorarle grazie alla direzione di Claudio Brachino, giornalista ed ex direttore di VideoNews del gruppo Mediaset, che guiderà la redazione formata da firme come Federico Momoli, Guido Palmieri, Umberto Rapetto, Paolo Cirino Pomicino, Antonio Tommassini e Piero Bassetti, solo per citarne alcuni. La rivista avrà un formato tabloid, diviso per sezioni: Inchieste; Storie di

PMI; Gli strumenti del nuovo mercato dei capitali; I progressi delle imprese per essere più sostenibili. La distribuzione, cartacea e **digitale**, prevede attività marketing sia sul canale offline che online, puntando alle competenze **media** e adv del gruppo **Triboo**, rafforzati dai numeri di Pmi.it, che da oltre 15 anni fornisce servizi di informazione e strumenti di business. La raccolta pubblicitaria sarà gestita da Oyster, azienda specializzata in B2B in ambito economico. "Le imprese vanno raccontate. Per questa ragione abbiamo deciso di dare vita a un settimanale economico e politico, al fianco delle istanze e delle imprese, delle loro esigenze, delle loro richieste e della loro visibilità. Abbiamo accettato questa sfida per colmare un vuoto: non esisteva da anni un settimanale economico in grado di raccontare i nostri territori industriali e produttivi. In un Paese dove esistono milioni di piccole e

medie imprese, che generano oltre il 98% del fatturato, servono **media** che le raccontino. Speriamo di fare da apripista, servono realtà in grado di raccontare questi asset meravigliosi ed unici, come unico è il nostro paese", commenta il vicepresidente del Gruppo **Triboo**, Giangiacomo Corno.