



Keepod, la chiavetta che riporta in vita il pc



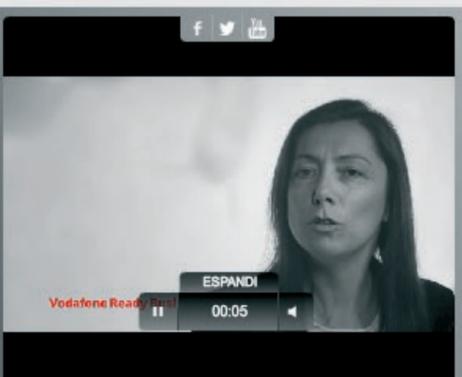
Le città sono piene di api: vivono meglio



La casa de Il Postino di Troisi è abusiva: sarà demolita



Il Commissario Montalbano 'contro' Gomorra



Media

## Luca Cadura: così il brand Globalist sarà più forte

Il nuovo direttore editoriale&marketing della nostra syndication è stato presidente della NBC Universal Global Networks. Ora la nuova avventura nel mondo delle news.

88

Desk2  
giovedì 19 giugno 2014 23:59

Commenta 5

#Hashtag

Migranti Cinema Scuola  
Mondiali Brasile Media TAV  
Renzi Europa

### SONO RIMASTE IN GIOCO SOLO 8 SQUADRE: CHI VINCERÀ IL MONDIALE?



### Più lette

- del giorno
  - della settimana
  - del mese
- In laboratorio create cornee umane con le staminali
  - Finanza e servizi segreti: ecco il gruppo di Marco Milanese
  - Polignano a Mare rende omaggio a Modugno
  - Faletti, l'antidivo irresistibile
  - Brasile-Colombia, la partita in diretta streaming
  - Addio a Giorgio Faletti, aveva solo 63 anni
  - Farmaci on-line: arriva il logo Ue per la garanzia
  - Cellino esagera: Paddy Kenny licenziato perché nato il 17
  - Addio a Giorgio Faletti, aveva solo 63 anni
  - Farmaci on-line: arriva il logo Ue per la garanzia
  - Cellino esagera: Paddy Kenny licenziato perché nato il 17
  - Il Pentagono ferma gli F35, e noi?
  - A due anni muore chiuso in auto: il padre rischia la pena di morte

Crea un account o  per vedere cosa consigliano i tuoi amici.

- Scintille fra Brunetta e Fazio sugli stipendi dei conduttori Rai  
129 persone consigliano questo elemento.
- Cicchitto contro il Papa: predicare è una cosa, governare è un'altra  
133 persone consigliano questo elemento.
- Kyenge ha deciso: no alla festa della Lega  
265 persone consigliano questo elemento.
- Se Violante è saggio io sono Vercingetorix  
130 persone consigliano questo elemento.

Connetti

Utente:

Password:



### di Eleonora Ferroni

Dopo aver iniziato la sua carriera nel mondo delle agenzie pubblicitarie (Saatchi & Saatchi, Ayer, Grey) Luca Cadura ha ricoperto a lungo la carica di Presidente della Nbc Universal Global Networks Italia, la società del Gruppo NbcUniversal per la produzione, realizzazione e trasmissione di canali tematici, gestendo Studio Universal, Diva Universal, Steel, E! Entertainment, Syfy, Hallmark Channel e Universal Channel.

Ora Luca Cadura è il nuovo direttore editoriale&marketing di *Globalist syndication*, nell'ambito di un progetto che mira a rafforzare e ampliare la prima syndication di siti e giornalisti indipendenti:

### Dopo la prestigiosa esperienza in NBCUniversal come mai la scelta di impegnarsi in Globalist syndication come direttore editoriale e marketing?

È un mondo che ho sempre seguito da lontano e di cui percepivo l'importanza e adesso voglio capirne le regole. Questo è il campo di gioco dell'infotainment. Il futuro dell'informazione completa ma fruibile e piacevole.

### Lei è un manager che ha sviluppato la sua professionalità soprattutto in ambito televisivo. Questo approccio può favorire uno sviluppo multimediale di Globalist?

Immagino che sia il motivo per cui sono stato chiamato a questo incarico. Io mi sento un po' il "divulgatore", quello che spinge a rendere le informazioni magari complesse e serie, più accessibili e quando possibile fresche e divertenti. A questo scopo bisogna usare ogni piattaforma tecnologica possibile per catturare tutti i sensi del nostro lettore. Per coinvolgerlo e renderlo partecipe. Ovviamente ciò è possibile solo perché il marchio Globalist ha un'autorevolezza tale che ogni "alleggerimento" non ne pregiudica la serietà.

### Come pensa sia possibile valorizzare ulteriormente il marchio Globalist?

Sto studiando. Intanto Globalist deve per l'appunto diventare un portale di news "globale" con approfondimenti dedicati a tutte le realtà editorialmente importanti. Le attuali sottosezioni possono espandersi, anche con l'aiuto di partners, per coprire in modo ancora più capillare le varie tematiche. Lavorerò poi affinché il marchio possa avere più esposizione in Italia, attraverso iniziative di prodotto e di marketing.

espandersi, anche con l'aiuto di partners, per coprire in modo ancora più capillare le varie tematiche. Lavorerò poi affinché il marchio possa avere più esposizione in Italia, attraverso iniziative di prodotto e di marketing.

### Fantasia, innovazione, rapidità d'azione possono essere una ricetta per andare avanti nell'editoria in questa fase in cui la crisi economica non smette di colpire?

Di sicuro i consumatori vogliono sapere sempre di più. Di sicuro vogliono intrattenersi sempre più. Di sicuro la tecnologia offre possibilità crescenti anno dopo anno. Quindi il bisogno c'è e le soluzioni anche. La sfida è trovare una sintesi che sia autorevole, fresca ed economicamente sostenibile.

### Oltre al suo impegno in prima persona, la valorizzazione del brand Globalist è affidata a Kenturio, società di consulenza strategica e marketing, di cui lei è uno dei soci. A chi si rivolge Kenturio e a cosa può portare questo connubio con Globalist?

Kenturio, affronta le medesime sfide di Globalist in campi affini. Cioè aiutare le Aziende del mondo dei Media e del marketing ad alleggerirsi di costi e processi attraverso apporti esterni, chirurgici efficaci e limitati nel tempo. Kenturio poi si rivolge a quei gruppi stranieri che sono interessati a valutare il mercato dell'entertainment italiano. Che rimane comunque tra i più interessanti del mondo occidentale.

Argomenti simili

- Grillo sul blog: andare in tv è stato un errore
- Grillo fa lo sciacallo: «Che bello, chiude l'Unità»
- Ecco la legge ammazza giornali in Ungheria
- Il Patriarca Bartolomeo smentisce l'intervista a Repubblica
- «L'Unità non si spegne»: giornalisti e Fnsi sulle barricate, editore e Pd muti
- La disinformazione sulla Corea del Nord
- Associated Press: articoli più brevi per far fronte alla crisi
- I giornalisti dell'Unità in sciopero: ecco perché
- 11 aprile 72, Lotta continua diventò quotidiano
- Odg attacca la Fnsi: lascia i colleghi schiavi degli editori

41.675

Redazione Globalist · Lavora presso Globalist.it  
globalist.it presenta il nuovo direttore editoriale&marketing  
Rispondi · Mi piace · 1 · 19 giugno alle ore 6.32