

L'edizione europea del sito Usa vara la fase 2 di sviluppo. Più newsletter, social media e finanza

Politico.eu rafforza le sue news

Raggiunto 1 mln di lettori. In 40 mila per Brussels Playbook

DI MARCO A. CAPISANI

Politico.eu consolida il suo sistema editoriale a Bruxelles e si lancia nelle sfide del 2016: nuove newsletter verticali su finanza, agroalimentare e commercio, rafforzamento della sede di Londra e due nuovi arrivi nel team di Politico.eu: **Francesco Guerrera** nominato chief financial correspondent and associate editor, con un passato al *Wall Street Journal* e al *Financial Times*, e **Kate Day** con l'incarico di presidiare ulteriormente i social media. Una serie d'iniziative che confermano come a distanza di soli sei mesi dalla sua nascita lo scorso aprile la versione europea del sito americano Politico.com stia acquisendo sempre maggior spazio e business.

Solo per fare qualche numero a conferma, secondo quanto comunicato internamente dallo stesso staff del sito nato in jv con l'editore tedesco Axel Springer diretto dall'a.d. **Mathias Döpfner** per un budget

di partenza mai confermato di circa 10 milioni di euro, l'audience complessiva dei visitatori unici ha superato il milione di lettori, alla newsletter gratuita giornaliera *Brussels Playbook* si sono iscritti in 40 mila mentre sono un centinaio le aziende e le istituzioni pubbliche che in meno di due mesi si sono abbonate alle newsletter verticali già esistenti, entrate a far parte la scorsa estate dell'offerta a pagamento Politico Pro e dedicate a salute, energia e tecnologia. Peraltro, tra i lettori di *Brussels Playbook* ci sono quasi tutti

gli europarlamentari e nove commissari Ue su dieci.

Politico Europe sta crescendo più velocemente di quanto era ragionevole credere, ha ribadito la direzione della testata guidata dal fondatore **John F. Harris** e da **Carrie Budoff-Brown**, dal responsabile della redazione **Matt Kaminski** (ex *Wall Street Journal*) e dal managing director **Sheherazade Semsar-de Boisseson**. Lo scorso settembre, **Dari Gessner**, direttrice delle vendite, aveva dato un'idea dei risultati da raggiungere per consolidare stabilmente la nuova av-

ventura di *Politico* sul Vecchio continente: «genereremo profitti se almeno una cinquantina di aziende sottoscriverà ognuna delle nostre newsletter tematiche». E adesso la testata sembra vicina al traguardo, se non l'ha addirittura già tagliato.

La sede principale del giornale è a Bruxelles, di fronte a quella di alcuni uffici della Commissione europea, ma sono già attive sedi decentrate a Parigi, Berlino, Francoforte (sede della Bce) e Londra. E proprio dalla capitale britannica partirà uno dei due principali binari di sviluppo, visto che Guerrera è stato chiamato per implementare il notiziario finanziario. Un italiano, che parla cinese e porta a un totale di 24 le lingue parlate dai 40 redattori assunti, poliglottismo cui tengono molto a *Politico* visto che è la risposta usata per respingere le accuse di fare informazione filoatlantica. Proprio per evitare questo genere di critica «abbiamo posto attenzione a non assumere troppi giornalisti

anglosassoni», ha dichiarato Budoff-Brown. Il secondo binario di crescita passa attraverso la nuova editorial director for growth Kate Day, di base nella capitale belga, dopo aver lavorato al *Telegraph* londinese già con l'incarico di spingere le interazioni su mobile, social media e tutte le principali piattaforme digitali. L'obiettivo è adesso ampliare la presenza di Politico su queste nuove piattaforme web.

Il segreto di Politico.eu? «Un'audience qualificata e influente», ha dichiarato Harris, non foss'altro perché si tratta di quella più propensa e con maggiori disponibilità economica a pagare le news. Infatti, a parte il sito web gratuito e al settimanale cartaceo distribuito gratis che vive d'inserzioni pubblicitarie, sono le newsletter a doversi far pagare per essere lette.



John F. Harris

