

Il personaggio Ha imparato il mestiere in una Tv di provincia. «L'arrivo di **Marinella Soldi** ha portato in azienda lo stile anglosassone: merito e libertà»

# Lady Carafoli, da VideoNovara a Crozza

Chi è la responsabile dei programmi e produzioni originali di **Discovery** che ha strappato il comico a La7

È stata la mossa di telemercato che più ha impressionato addetti ai lavori, giornalisti, spettatori. L'arrivo da gennaio 2017 di Maurizio Crozza sul canale **Nove**, di proprietà del gruppo Discovery, rappresenta una svolta: il panorama della Tv italiana sta mutando. Ne è sicura anche la vulcanica **Laura Carafoli**, senior vice president programming & content del gruppo: «Crozza per noi significa l'apertura alla contemporaneità e a un pubblico più ampio. Non è solo un comico, è un vero e proprio brand».

Canale **Nove** dunque lancia la sfida alla tv generalista, eppure il gruppo non molla i canali tematici, come **Real Time**, **DMax**, **Giallo**, e i volti creati quasi da nulla e ora vere star, come Enzo Miccio e Chef Rubio. Dividendosi tra free e pay tv, **Discovery** ha anche implementato l'on demand grazie al servizio **Dplay**: il gruppo si muove su più campi ma «senza impoverire il nostro portfolio — dice Carafoli —. Certo l'on demand sta cambiando le abitudini degli spettatori».

Responsabile della programmazione e delle produzioni originali per un polo televisivo sempre pronto a nuove sfide: non male per la ragazzina partita da VideoNovara. «Mi alzavo tutti i giorni alle 5, non una cosa da poco a 19 anni — spiega Carafoli — e andavo a condurre l'edicola mattutina di VideoNovara. Ho sempre avuto una vera passione per il mondo dei media». Intanto si laurea in Filosofia, e viene poi chiamata in Rai da Carlo Freccero: «Lavoravo nella rivista *Dire fare baciare*, a cui lui collaborava. Era il mio mito, mi chiamò nel 1997 per questo programma di Rai-

due, *Supergiovani*, che non vide nessuno perché andava contro *Amici* quando era ancora un talk show».

Dalla provincia alla città: nonostante l'insuccesso dello show, entra nel bacino Rai e lavora alle reti tematiche, come *Raisat*. Il lavoro è molto ma precario, fino all'approdo nel 2004 nel gruppo Fox, appena sbarcato in Italia. Segue *FoxLife* e il lancio di *FoxCrime*, forte canale tematico sviluppato tutto in Italia: «Ho davvero imparato il mestiere, fu molto gratificante. *FoxCrime* fu un'idea del direttore di allora, Fabrizio Salini, la lanciammo con un successo strepitoso. Era anche, è vero, uno scenario diverso, senza la competizione attuale».

Competizione che ha contribuito a creare nel 2009 passando a **Discovery** poco prima dell'arrivo di **Marinella Soldi**, ceo del gruppo. Insieme, infatti, traghettano **Real Time** dal mondo pay a quello free e lanciano **DMax**: «Fu un grande cambiamento, passammo a un diverso modello di business. Marinella ha portato in azienda il suo stile anglosassone: riconosce il merito e dà libertà. Grazie a lei abbiamo subito messo in pratica l'idea di prevedere obiettivi chiari e condivisi». Per Carafoli, uno dei punti di svolta personali e professionali è stato quando, dopo aver perso da giovane la sfida contro il primo *Amici* di Maria De Filippi, ha potuto portare la versione talent di quello show nel pomeriggio di **Real Time**: «Avere dal 2014 *Amici* sul canale ci ha posizionato diversamente, è stato un attestato di credibilità. Per me un grande obiettivo. Maria De Filippi ha visto lungo, non ha aspettato Crozza per credere in noi».

STEFANIA CARINI

© RIPRODUZIONE RISERVATA

