

TESTATA

DATA USCITA

SOGGETTO

www.msn.com

3 apr 2024

Ricerca Sport

"Prima", nel nuovo numero da Angelucci all'intelligenza artificiale

1/2

Storia di Redazione • 2giorno/i • 4 min di lettura

IN QUESTO ARTICOLO ...

E Crescita ... OMC Rilas...



"Prima", nel nuovo numero da Angelucci all'intelligenza artificiale
© Fornito da Italtpress

Video correlato: Ecco come l'intelligenza artificiale sta cambiando le auto (Dailymotion)



MILANO (ITALPRESS) - Gli Angelucci al centro della sollevazione politica e giornalistica scatenata dalla notizia della possibile vendita dell'agenzia Agi da parte l'Eni alla sua famiglia, che già controlla Libero, Il Tempo, Corriere di Viterbo e di Rieti e dal luglio 2023 Il Giornale. Se ne parla sul nuovo numero di "Prima", in edicola dal 3 aprile a Milano e dal 4 aprile a Roma. Spazio anche al gruppo GEDI e alla trattativa per la cessione del Secolo XIX a una società appositamente creata del gruppo Msc. Intanto il Gruppo Sae ha fatto una innovativa operazione di diversificazione, con il primo acquisto di una società di comunicazione, Different, a cui seguiranno altre per lavorare in mondi redditizi e sinergici con l'editoria in crisi. Racconta i particolari dell'operazione Alberto Leonardis, il presidente di Sae. Novità che ha appena debuttato nel panorama

editoriale digitale è la piattaforma Play2000, parte delle attività editoriali della Cei, la Conferenza episcopale italiana. Serve per organizzare tutte le attività di preghiera, informazione, intrattenimento finora trasmesse sulla tv, radio e web, in una efficientissima media company integrata, progettata per fare "pellegrinaggio digitale" come racconta Vincenzo Morgante, direttore di Tv2000 e di Radio inBlu2000, di cui è il responsabile editoriale. Per quanto riguarda la Rai, focus sul piano industriale votato dal consiglio di amministrazione dopo mesi di gestazione, spinto dall'ad Roberto Sergio il cui mandato sta scadendo insieme al Cda. Roberta Lucca, da ottobre direttrice marketing della Rai, prima lo è stata di Rai Pubblicità, nota per i suoi interventi durante le conferenze stampa del Festival di Sanremo sulla sconosciutissima Total audience, racconta perché è necessario lavorare sui dati per individuare i gusti dei pubblici e fare scelte editoriali pensando ai target. Sono anche i primi passi verso il nuovo piano industriale di Viale Mazzini. E ancora: Malcom Pagani, nato nel mondo del cinema, cresciuto con il giornalismo, da quattro anni è amministratore delegato di Tenderstories, società di produzione, fondata dal finanziere Moreno Zani, dietro ad alcuni dei principali film in sala, come "Un altro ferragosto" di Paolo Virzì. L'agenzia di comunicazione Parole & Dintorni, fondata da Riccardo Vitanza, si avvia a compiere 35 anni, con una larga gamma di clienti della musica, ma anche cinema, tv, eventi, festival. E adesso pure lo sport, con Matteo Berrettini. Direttiva greenwashing - "Era così facile, così pratico raccontare eco-fandonie non suffragate da fatti. E invece d'ora in poi aziende, pubblicitari e comunicatori devono dire addio a termini quali 'eco', 'rispettoso dell'ambiente', 'green', 'naturale', 'a impatto zero'. Parole e concetti che potranno essere usati soltanto se documentati da prove", racconta Roberto Giovanni, da anni impegnato su questi temi, spiegando come "questo è il frutto del varo formale da parte dell'Unione europea della Direttiva 2024/825, la Direttiva contro il greenwashing". Su cui Giovanni ha chiesto pareri e giudizi a specialisti come Corrado Carrubba, dello studio legale Safe Green, Angelo Molinaro, head of retail & consumer presso Osborne Clarke Italy, e Mauro Albrizio, responsabile dell'Ufficio europeo di Legambiente. A proposito di Europa uno spazio è dedicato al fatto di grande rilevanza che è il voto dell'AI Act che rimarrà una preziosa eredità della commissione Von der Leyen. "Mai come questa volta è importante impostare ragionamenti corretti, sul presente e sul futuro...". Ne è convinto Stefano Carli che, per bypassare chiacchiere allarmanti o miracolistiche, ha intervistato Brando Benifei, eurodeputato, corelatore del AI Act al Parlamento europeo, che ne racconta i contenuti. A proposito di AI si affronta la bella storia del Salone internazionale del mobile di Milano, lo spazio espositivo più importante al mondo per il design, ma anche una piattaforma di comunicazione permanente che la presidente Maria Porro e il direttore generale Marco Sabetta hanno potenziato con le testimonianze all'estero e in Italia di ambassador di grande nome e creatività, facendosi notare anche con una campagna di pubblicità sviluppata con l'intelligenza artificiale. I risultati si vedranno con le presenze dei rappresentanti della design industry nella settimana dal 16 al 21 aprile a Rho Fiera Milano. Spazio a Telco, scosso da cambiamenti epocali e Centromarca, con un'intervista al direttore generale Vittorio Cino che svela la complessità del rapporto con i potentati della distribuzione rappresentati da Federdistribuzione Distribuzione moderna. Media e digital communication - La rubrica dell'informatissimo Emanuele Bruno racconta come battuta la concorrenza delle consulting firm i gruppi di comunicazione internazionale si confrontano duramente sui mercati. In evidenza le notizie sulle manager che rappresentano cambiamenti chiave ai vertici delle agenzie creative. Tra le tante, eccezionali le nomine di Sonia Magri, nel gruppo Omnicom, nuovo ceo di Ddb Group, e di Caterina Tonini, già ceo di Havas Pr Milano diventata ceo di Havas Creative Network. Kids & Sports - è la ricerca che dice che lo sport è la piattaforma ideale per comunicare con la generazione Alpha (i bambini nati dopo il 2010) puntando su campioni e challenge da giocare insieme. La racconta Tim Höchel, fondatore e presidente di We are Family Global, società di marketing globale focalizzata su bambini, ragazzi e famiglie, gruppo di cui fa parte l'agenzia Iaki. Un approccio per promuovere la pratica sportiva fondamentale per la salute. -foto copertina nuovo numero di "Prima" n. 548 - (ITALPRESS).