

Telesia (Gruppo Class) è on air anche nella metropolitana di Genova

07/02/2020 | 16:26

L'attesa del treno della metropolitana a Genova diventa un'occasione per aggiornarsi sui principali fatti del mondo, leggendo notizie di attualità, ed essere sempre al corrente sulle novità dei servizi AMT ma sarà anche un momento piacevole per ascoltare musica e seguire diversi contenuti di intrattenimento. Si tratta del progetto integrato di video informazione realizzato grazie alla partnership tra AMT e Telesia, la media tech company del gruppo Class Editori.



I contenuti visibili sui monitor presenti in banchina nelle stazioni della metropolitana, in tutto 32 schermi divisi tra le stazioni di Brignole, De Ferrari, Sarzano/Sant'Agostino, San Giorgio, Darsena, Dinegro, e Brin, saranno diversificati e si alterneranno in modo da garantire sempre una varietà di argomenti: un vero e proprio palinsesto tv. Saranno ovviamente presenti, e quindi valorizzate dall'efficacia del canale comunicativo, anche tutte le informazioni relative ad AMT con notizie sull'azienda e aggiornamenti in tempo reale sul servizio. Spazio anche per le campagne dedicati ai clienti AMT. Tutti questi contenuti si alterneranno sugli schermi mentre resterà sempre visibile l'indicazione dei tempi di arrivo del treno.

La realizzazione del progetto ha richiesto interventi sulle tecnologie di comunicazione portati avanti con investimenti congiunti dalle due aziende.

“AMT prosegue nel percorso di innovazione e miglioramento del servizio. La nostra metropolitana è sempre più un asse di forza del trasporto pubblico, usato e apprezzato dai genovesi. I previsti ampliamenti e iniziative come questa ne aumenteranno ancora l’attrattività e i volumi di traffico” sottolinea Matteo Campora, Assessore Ambiente, Mobilità ed Energia del Comune di Genova.

“La metropolitana di Genova sta crescendo nell’abitudine di utilizzo dei genovesi ed è giusto farla crescere anche nella qualità del servizio offerto. La proposta di Telesia ci consente di offrire un servizio informativo di qualità in banchina e di rendere più incisiva la nostra comunicazione sui servizi offerti. Un progetto portato avanti con dei partner leader di mercato che porta la nostra metro a livello delle migliori esperienze italiane” dichiara Marco Beltrami, amministratore unico di AMT.

“Siamo molto contento di questa collaborazione avviata con l’Azienda dei Trasporti di Genova. Telesia è già presente da molti anni nell’Aeroporto di Genova, con il canale Telesia Airport, e nella metropolitana della città ha portato l’esperienza tecnologica e di content management sviluppata in quasi 30 anni di attività” dichiara Gianalberto Zapponini, amministratore delegato di Telesia.

La GO TV di Telesia trasmette anche nei 15 principali aeroporti italiani, nelle metropolitane di Milano, Roma e Brescia, a bordo dei treni della metropolitana di Roma e sugli autobus di Milano, Roma, Arezzo e Siena.

“Il network di Genova è un nuovo e ulteriore touchpoint della Go TV di Telesia che, in continua ascesa mese dopo mese, in un mercato degli investimenti pubblicitari in flessione, emerge indiscutibilmente come uno dei pochi mezzi in forte crescita” sottolinea Angelo Sajeve, Consigliere delegato per il coordinamento commerciale e la gestione di quotidiani e magazine di Class Editori. “Con la metro del capoluogo ligure nasce una nuova comunicazione con la terza città del nord Italia per numero di abitanti, oltre 580.000, che diventano ben 1.5 milioni se si considera l’area metropolitana”.

Telesia sale sulla metropolitana di Genova

News e musica in stazioni. Accordo tra Amt e la controllata di Class Editori

07 febbraio 2020



Un totale di 32 schermi, suddivisi tra le diverse stazioni, con programmi diversificati per garantire sempre una varietà di argomenti, dalla musica all'intrattenimento, alle news, alle informazioni utili. È questo il senso dell'accordo tra Amt e Telesia, media tech company del gruppo Class Editori, che ha permesso di dotare la Metropolitana di Genova di un sistema che permetterà ai viaggiatori in attesa dei treni di avere a disposizione un

sistema informativo dedicato. Un'iniziativa volta ad aumentare l'attrattività del servizio, come ha spiegato l'assessore alla Mobilità del Comune di Genova. "AMT prosegue nel percorso di innovazione e miglioramento - ha ricordato Campora - la nostra metropolitana è sempre più un asse di forza del trasporto pubblico, usato e apprezzato dai genovesi e i previsti ampliamenti e le iniziative come questa ne aumenteranno ancora i volumi di traffico".

La realizzazione del progetto ha richiesto anche interventi sulle tecnologie di comunicazione portati avanti con investimenti dalle due aziende. "I termini dell'accordo prevedono che Telesia abbia in appalto il canale comunicativo ed eventuali introiti pubblicitari - sottolinea l'amministratore unico di Amt, Marco Beltrami - riservando ad Amt, per comunicazioni aziendali o istituzionali, il 25% del tempo a disposizione".

Per l'azienda, che ha 30 anni di esperienza nella video comunicazione in ambienti ad alta frequentazione, si tratta di un ulteriore sviluppo dei propri mercati.

La metropolitana si fa aspettare? A Genova si inganna l'attesa guardando la tv

Sarà un'occasione per aggiornarsi sui principali fatti del mondo

di Redazione - 07 Febbraio 2020 - 15:55



Genova. L'attesa del treno della metropolitana a Genova diventerà un'**occasione per aggiornarsi sui principali fatti del mondo**, leggendo notizie di attualità, ed essere sempre al corrente sulle novità dei servizi Amt. Ma sarà anche un momento piacevole per ascoltare musica e seguire diversi contenuti di intrattenimento.

Si tratta del progetto integrato di video informazione realizzato grazie alla partnership tra **Amt** e **Telesia**, la media tech company del gruppo Class Editori leader del segmento Go Tv, che da oltre 30 anni realizza soluzioni integrate per la video comunicazione in ambienti ad alta frequentazione, come aeroporti e metropolitane.

I contenuti visibili sui monitor presenti in banchina nelle stazioni della metropolitana, in tutto **32 schermi** divisi tra le stazioni di Brignole, De Ferrari, Sarzano/Sant'Agostino, San Giorgio, Darsena, Dinegro, e Brin, saranno diversificati e si alterneranno in modo da garantire sempre una varietà di argomenti: un vero e proprio palinsesto tv.

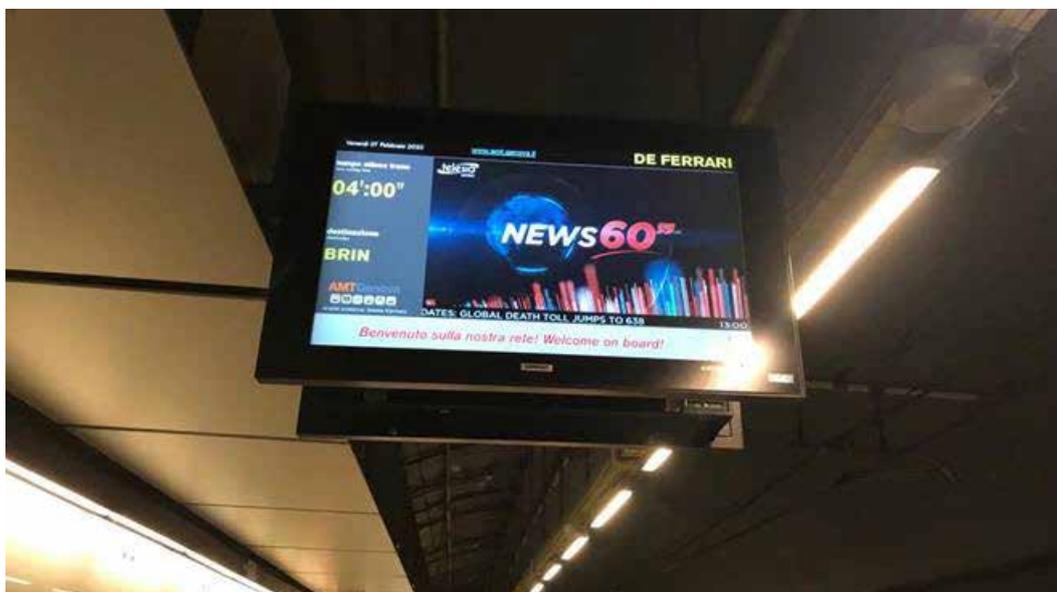
Saranno ovviamente presenti, e quindi valorizzate dall'efficacia del canale comunicativo, anche tutte le informazioni relative ad Amt con **notizie sull'azienda e aggiornamenti in tempo reale sul servizio**. Spazio anche per le campagne dedicati ai clienti Amt. Tutti questi contenuti si alterneranno sugli schermi mentre resterà sempre visibile l'indicazione dei tempi di arrivo del treno. La realizzazione del progetto ha richiesto interventi sulle tecnologie di comunicazione portati avanti con investimenti congiunti dalle due aziende.

“Amt prosegue nel percorso di innovazione e miglioramento del servizio. La nostra metropolitana è sempre più un asse di forza del trasporto pubblico, usato e apprezzato dai genovesi. I previsti ampliamenti e iniziative come questa ne aumenteranno ancora l'attrattività e i volumi di traffico” sottolinea **Matteo Campora**, assessore alla mobilità del Comune di Genova.

“La metropolitana di Genova sta crescendo nell'abitudine di utilizzo dei genovesi ed è giusto farla crescere anche nella qualità del servizio offerto. La proposta di Telesia ci consente di offrire un servizio informativo di qualità in banchina e di rendere più incisiva la nostra comunicazione sui servizi offerti. Un progetto portato avanti con dei partner leader di mercato che porta la nostra metro a livello delle migliori esperienze italiane” dichiara **Marco Beltrami**, amministratore unico di Amt.



Metropolitana. In attesa del treno si guarda la tv



Trentadue schermi che trasmettono i principali fatti del mondo e le notizie d'attualità. Ma anche musica, intrattenimento e le novità del servizio clienti Amt. Sempre in primo piano i tempi di arrivo e di partenza dei treni

L'idea è quella di dare ai passeggeri in attesa del treno più informazioni sui servizi Amt, attirando la loro attenzione attraverso programmi di intrattenimento televisivo. Va in soffitta, dunque, il vecchio freddo monitor informativo, soppiantato da un moderno apparecchio tv, costantemente collegato sui principali fatti del mondo, notizie d'attualità e musica.

Un progetto integrato di video informazione presentato questa mattina all'interno della stazione di piazza De Ferrari dall'assessore ai Trasporti e mobilità integrata **Matteo Campora**, dall'amministratore unico Amt **Marco Beltrami** e dall'amministratore delegato Telesia **Gianalberto Zapponini**. E' stato realizzato grazie alla partnership tra AMT e Telesia, la media tech company del gruppo Class Editori leader del segmento GO TV, che da oltre 30 anni realizza soluzioni integrate per la video comunicazione in ambienti ad alta frequentazione, come aeroporti e metropolitane.

"Si tratta - ha detto l'assessore ai Trasporti e mobilità integrata **Matteo Campora** - di una novità importante che va verso l'obiettivo di dare un servizio di maggiore qualità ai cittadini, offerto da Telesia attraverso un palinsesto particolarmente interessante. Serve al passeggero in attesa sulla banchina sia per passare il tempo sia per acquisire notizie sui servizi dell'Amministrazione e dell'Amt. E' uno strumento che va nella direzione di rendere il viaggio in Metropolitana sempre più appetibile e confortevole".

I contenuti visibili sui monitor, in tutto **32 schermi** divisi tra le stazioni di **Brignole, De Ferrari, Sarzano/Sant'Agostino, San Giorgio, Darsena, Dinegro, e Brin**, saranno diversificati e si alterneranno in modo da garantire sempre una varietà di argomenti: un vero e proprio palinsesto tv. Saranno ovviamente presenti, e quindi valorizzate dall'efficacia del canale comunicativo, anche tutte le informazioni su AMT con notizie sull'azienda e aggiornamenti in tempo reale sul servizio. Spazio anche per le campagne dedicati agli utenti della metro. Tutti questi contenuti si alterneranno sugli schermi mentre resterà sempre visibile l'indicazione dei tempi di arrivo del treno.

“La metropolitana di Genova sta crescendo nell'abitudine di utilizzo dei genovesi ed è giusto farla crescere anche nella qualità del servizio offerto. La proposta di Telesia ci consente di offrire un servizio informativo di qualità in banchina e di rendere più incisiva la nostra comunicazione sui servizi offerti. Un progetto portato avanti con dei partner leader di mercato che porta la nostra metro a livello delle migliori esperienze italiane” dichiara **Marco Beltrami**, amministratore unico AMT.

La GO TV di Telesia trasmette anche nei **15 principali aeroporti italiani**, nelle metropolitane di Milano, Roma e Brescia, a bordo dei treni della metropolitana di Roma e sugli autobus di Milano, Roma, Arezzo e Siena.

“Siamo molto contenti – ha dichiarato **Gianalberto Zapponini**, amministratore delegato Telesia - di questa collaborazione avviata con l'Azienda dei Trasporti di Genova. Telesia è già presente da molti anni nell'Aeroporto di Genova, con il canale Telesia Airport, e nella metropolitana della città ha portato l'esperienza tecnologica e di content management sviluppata in quasi 30 anni di attività”

La realizzazione del progetto ha richiesto interventi sulle tecnologie di comunicazione portati avanti con investimenti congiunti dalle due aziende.

“Il network di Genova è un nuovo e ulteriore touchpoint della Go TV di Telesia che, in continua ascesa mese dopo mese, in un mercato degli investimenti pubblicitari in flessione, emerge indiscutibilmente come uno dei pochi mezzi in forte crescita - sottolinea **Angelo Sajeve**, consigliere delegato per coordinamento commerciale e gestione di quotidiani e magazine Class Editori -. Con la metro del capoluogo ligure nasce una nuova comunicazione con la terza città del nord Italia per numero di abitanti, oltre 580.000, che diventano ben 1.5 milioni se si considera l'area metropolitana”.





Più informazioni, notizie e aggiornamenti alle stazioni **metro di Genova** con il progetto integrato di **videoinformazione realizzato grazie alla partnership tra Amt e Telesia**, la media tech company del gruppo Class Editori leader del segmento GO TV, che da oltre 30 anni realizza soluzioni integrate per la video comunicazione in ambienti ad alta frequentazione, come aeroporti e metropolitane.

banchina nelle stazioni della metropolitana, in tutto **32 schermi** divisi tra le stazioni di Brignole, De Ferrari, Sarzano/Sant'Agostino, San Giorgio, Darsena, Dinegro, e Brin, saranno diversificati e si alterneranno in modo da garantire sempre una varietà di argomenti: **un vero e proprio palinsesto tv**. Saranno ovviamente presenti, e quindi valorizzate dall'efficacia del canale comunicativo, anche tutte le informazioni relative ad Amt con notizie sull'azienda e aggiornamenti in tempo reale sul servizio. Spazio anche per le campagne dedicati ai clienti Amt. Tutti questi contenuti si alterneranno sugli schermi mentre resterà sempre visibile l'indicazione dei tempi di arrivo del treno. La realizzazione del progetto ha richiesto interventi sulle tecnologie di comunicazione portati avanti con investimenti congiunti dalle due aziende.

«Amt – sottolinea **Matteo Campora**, assessore all'Ambiente, alla Mobilità e all' Energia del Comune di Genova – prosegue nel percorso di innovazione e miglioramento del servizio. La nostra metropolitana è sempre più un asse di forza del trasporto pubblico, usato e apprezzato dai genovesi. I previsti ampliamenti e iniziative come questa ne aumenteranno ancora l'attrattività e i volumi di traffico».

Marco Beltrami, amministratore unico di Amt, dichiara: «la metropolitana di Genova sta crescendo nell'abitudine di utilizzo dei genovesi ed è giusto farla crescere anche nella qualità del servizio offerto. La proposta di Telesia ci consente di offrire un servizio informativo di qualità in banchina e di rendere più incisiva la nostra comunicazione sui servizi offerti. Un progetto portato avanti con dei partner leader di mercato che porta la nostra metro a livello delle migliori esperienze italiane” dichiara

«Telesia è già presente da molti anni nell'Aeroporto di Genova, con il canale Telesia Airport, e nella metropolitana della città ha portato l'esperienza tecnologica e di content management sviluppata in quasi 30 anni di attività» precisa **Gianalberto Zapponini**, amministratore delegato di Telesia.

La GO TV di Telesia trasmette anche nei 15 principali aeroporti italiani, nelle metropolitane di Milano, Roma e Brescia, a bordo dei treni della metropolitana di Roma e sugli autobus di Milano, Roma, Arezzo e Siena.

Al via la collaborazione tra la media tech company del gruppo Class Editori e AMT

Telesia entra nel metrò di Genova

La Go Tv è ora visibile su 32 schermi posizionati nelle stazioni

DI GIOVANNI GALLI

Da ieri trasmette anche a Genova Telesia Metro, il canale Go Tv che è già operativo nelle metropolitane di Milano, Roma e Brescia.

Il palinsesto prodotto da Telesia, la media tech company del gruppo Class Editori, leader del settore in Italia, è ora visibile sui 32 schermi posizionati sulle banchine delle stazioni di Brignole, De Ferrari, Principe, Sarzano/Sant'Agostino, San Giorgio/Darsena, Dinegro, e Brin.

Telesia Metro trasmette tutte le informazioni relative ad AMT con notizie sull'azienda e aggiornamenti in tempo reale sul servizio; spazio anche per le campagne dedicate ai clienti AMT. I contenuti si alternano sugli schermi dove è sempre visibile l'indicazione dei tempi di arrivo dei treni, uno dei punti che riscuote l'attenzione maggiore dei passeggeri della metropolitana.

La realizzazione del progetto ha richiesto interventi



Sopra, da sinistra, Matteo Campora, Marco Beltrami e Gianalberto Zappolini. A destra, uno degli schermi di Telesia Metro posizionato sulle banchine della stazione De Ferrari a Genova

sulle tecnologie di comunicazione portati avanti con investimenti congiunti dalle due aziende.

«AMT prosegue nel percorso di innovazione e miglioramento del servizio. La nostra metropolitana è sempre più un asse di forza del trasporto pubblico, usato e apprezzato dai genovesi. I previsti ampliamenti e iniziative come questa ne aumenteranno ancora l'attrattiva e i volumi di traffico», sottolinea **Matteo Campora**, assessore ambiente, mobilità ed ener-

gia del Comune di Genova.

«La metropolitana di Genova sta crescendo nell'abitudine di utilizzo dei genovesi ed è giusto farla evolvere anche nella qualità del servizio offerto. La proposta di Telesia ci consente di offrire un servizio informativo di qualità in banchina e di rendere più incisiva la nostra comunicazione sui servizi offerti. Un progetto portato avanti con dei partner leader di mercato che eleva la nostra metro a livello delle migliori esperienze italiane», dichiara

Marco Beltrami, amministratore unico di AMT.

«Siamo molto contenti di questa collaborazione avviata con l'azienda dei trasporti di Genova. Telesia è già presente da molti anni nell'Aeroporto di Genova, con il canale Telesia Airport, e nella metropolitana della città ha portato l'esperienza tecnologica e di content management sviluppata in quasi 30 anni di attività», afferma **Gianalberto Zappolini**, amministratore delegato di Telesia.

La Go Tv di Telesia trasmette anche nei 15 principali aeroporti italiani, nelle metropolitane di Milano, Roma e Brescia, a bordo dei treni della metropolitana di Roma e sugli autobus di Milano, Roma, Arezzo e Siena.

«Il network di Genova è un nuovo e ulteriore touchpoint della Go Tv di Telesia che, in continua ascesa mese dopo mese, in un mercato degli investimenti pubblicitari in flessione, emerge indiscutibilmente come uno dei pochi mezzi in forte crescita», spiega **Angelo Sajevo**, consigliere delegato per il coordinamento commerciale e la gestione di quotidiani e magazine di Class Editori. «Con la metro del capoluogo ligure nasce una nuova comunicazione con la terza città del nord Italia per numero di abitanti, oltre 580.000, che diventano ben 1.5 milioni se si considera l'area metropolitana».

— © Riproduzione riservata —

CHESSIDICE IN VIALE DELL'EDITORIA

Discovery, ascolti ok per i canali kids a gennaio. A gennaio volano gli ascolti dei canali kids di Discovery Italia, K2 (canale 41) e Frisbee (canale 44) che registrano il miglior gennaio di sempre e sono gli unici canali kids free to air in crescita rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. Il gruppo si è attestato come primo editore kids su tutti i target con valori in crescita a doppia cifra: sui bambini 4-14 anni con l'11% di share (+24% vs gennaio 2019), sui 4-10 anni con il 14% di share (+26% vs gennaio 2019) e sul totale individui 3+ all'1,3% di share (+18% vs gennaio 2019). A trainare il portfolio kids è la performance di K2 che registra a gennaio il 6,3% di share sul target bambini 4-14 anni (+47% vs gennaio 2019), conquistando la prima posizione nel ranking dei canali kids nazionali e diventando l'unico canale kids free-to-air che cresce anche in ascolto (47 mila telespettatori, +40% vs gennaio 2019), in controtendenza rispetto all'andamento del mercato. Il totale ascolto dei bambini a gennaio registra, infatti, un calo del -5% rispetto a gennaio 2019.

La notte degli Oscar in diretta su Sky. Nella notte tra il 9 e il 10 febbraio Sky trasmetterà in diretta la 92ª edizione degli Academy Awards. L'appuntamento è dalle 22.45 su Sky Cinema Oscar (canale 303 di Sky) per la Notte degli Oscar 2020 con il Red Carpet e tutte le premiazioni dal Dolby Theatre di Los Angeles. La diretta della cerimonia sarà trasmessa anche su Sky Uno (dalle 00.30) e in chiaro su TV8 (dalle 23.50). Dagli studi Sky Francesco Castelnovo accompagnerà gli spettatori per l'intera serata, commentando i momenti salienti insieme al «Cinemaniaco» Gianni Canova e alla giornalista di Sky Cinema Barbara Tarricone. Insieme a loro, ospiti in studio la giornalista di Sky TG24 Denise Negri, il ristorante, musicista e showman Joe Bastianich, il giornalista esperto di moda Ildo Damiano e l'attrice Euridice Axen.

Gedi, Tatiana Rizzante cooptata in cda. Il cda di Gedi ha cooptato come nuovo consigliere non esecutivo indipendente Tatiana Rizzante, in sostituzione di Elisabetta Oliveri che si era dimessa nel novembre scorso.

Eni innova il racconto dell'energia sul web. Eni lancia il sito eni.com totalmente rinnovato, che mira a raccontare in modo innovativo, ma anche semplice e comprensibile, le attività del gruppo, il mondo dell'energia e le sfide della transizione energetica. «Il nuovo eni.com simboleggia la trasformazione che Eni sta portando avanti, nella quale l'innovazione riveste un ruolo fondamentale», ha detto Claudio Descalzi, amministratore delegato di Eni. «Il nuovo sito vuole costruire un legame di fiducia con i visitatori, raccontando non solo la galassia Eni, ma anche il mondo dell'energia con le opportunità, le tecnologie, le implicazioni economiche, politiche e sociali intrinseche al cambiamento epocale di questi anni. Il filo conduttore saranno gli obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs) dell'Onu per il 2030, sui quali abbiamo costruito la nuova mission di Eni». Il rinnovamento del sito Eni.com è un progetto a cui la direzione comunicazione esterna e la funzione Ict di Eni hanno lavorato in collaborazione con alcune realtà riunite in un team coordinato da TBWA Italia e Assist Digital.

L'amica geniale in 4K Ultra-HD su Tivùsat. Torna sul piccolo schermo la seconda stagione de L'amica geniale, produzione ispirata ai romanzi di Elena Ferrante che andrà in onda a partire da lunedì prossimo in prima serata su Rai 1 e in qualità 4K ultra-HD sul canale 210 (Rai 4K) della piattaforma satellitare gratuita Tivùsat, mediante il satellite Hotbird a 13 gradi est.

— © Riproduzione riservata —

L'editoria in Piazza Affari

Indice	Chiusura	Var. %	Var. % 30/12/19
FTSE IT ALL SHARE	26.553,56	-0,11	3,61
FTSE IT MEDIA	10.746,82	-0,70	-8,66

Titolo	Rif.	Var. %	Var. % 30/12/19	Capitaliz. (mln €)
Cairo Communication	2,4600	-0,61	-9,39	330,7
Caltagirone Editore	1,0550	0,48	-4,09	131,9
Class Editori	0,1740	-0,85	-2,25	29,9
Gedi Gruppo Editoriale	0,4570	0,11	-	232,5
Il Sole 24 Ore	0,6080	-0,33	-8,43	34,3
Mediaset	2,3740	-1,08	-10,75	2.804,2
Mondadori	1,8060	-1,42	-12,33	472,2
Monrif	0,1495	-0,33	-3,24	22,4
Poligrafici Editoriale	0,1820	2,02	-3,40	24,0
Rcs Mediagroup	0,9130	-0,44	-9,42	476,5

Capital

IL PRIMO MAGAZINE INTERATTIVO PER CHI VINCE INNOVANDO

ogni mese in edicola

WWW.CLASSABBONAMENTI.COM

DISPONIBILE PER

Class Editori



DailyMedia

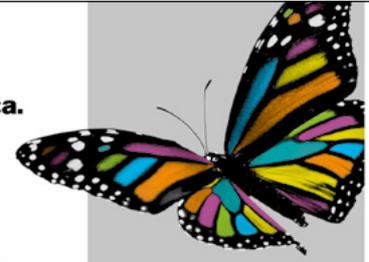
quotidiano della comunicazione
anno XXX lunedì 10 febbraio 2020

numero **024**

Direttore Responsabile: Vittorio Parazzoli
Redazione: Silvia Antonini - Antonella Rocca
Realizzazione Grafica: Simone Cirtoli - Alessandro Girbino
Pubblicità - Ediforum srl: Ufficio Traffico: Monica Minuti
traffico@newscomultimedia.it

Aut. Trib. Mi N.612/90 - Diffusione digitale - NewsCo Multimedia Srl
Via Gustavo Fara 25, 20124 Milano Tel. 0253598411 Fax 0253598231 Publisher
Gianni Quarleri. E-mail: Redazione: redazione@dailymedia.it Amministrazione:
amministrazione@newsco.it Abbonamenti: cmaccioni@newsco.it R.O.C. n°18866
ISSN 2465-261X

Ogni marchio
ha un sogno.
Diventare marca.



Univisual
Brand Consulting



ebiquity

Ebiquity Marketing &
Media Trends: dopo il
2019 a -0,7%, atteso un
+2% per il 2020, grazie agli eventi sportivi
e alla crescita delle piattaforme digitali



Deva Cassel icona pubblicitaria
per Dolce Shine di D&G

**Telesia: il 2019 supera
i 6 milioni di ricavi
(+5,1%); accordo
con AMT per la Go
Tv nelle stazioni della
metropolitana di Genova**



L'A.D. G. Zapponini

**Pomilio Blumm
ha vinto per 3,5
milioni il bando
della Commissione
Europea per la comunicazione
nei Balcani occidentali**



Il Presidente Franco Pomilio

Discovery Italia: a gennaio
primo editore kids su tutti
i target con valori in
crescita a doppia cifra



AB Comunicazioni vince
il bando da 1 milione
di euro dell'Ente
Nazionale Risi per
la promozione della
sostenibilità del prodotto
coltivato in Europa



**Relazioni
Pubbliche
e Ufficio Stampa:
gli incarichi
della settimana**

SEC Newgate: accordo da
2,5 milioni con Inveready
per rafforzare capacità di
investimento e crescita

**NUOVO NUMERO
DI TELEFONO
di NewsCo Multimedia
redazione DailyMedia
tel. 02-09951210**

Ogni marchio ha un sogno.
Diventare marca.

Evoluzione e identità: il valore della differenza

Univisual Brand Consulting





radioitalia.it

Media Telesia: il 2019 supera i 6 milioni di euro di ricavi (+5,1%); accordo con AMT per la Go Tv nelle stazioni della metropolitana di Genova

I ricavi della pubblicità, a perimetro omogeneo, sono aumentati del 6,2%. Grazie alla nuova partnership sono in tutto 32 gli schermi che si aggiungono a quelli già presenti da diversi anni nell'aeroporto del capoluogo ligure



Il Cda di Telesia S.p.A. ha esaminato alcuni risultati preliminari dell'esercizio 2019, non ancora sottoposti a revisione legale. Il totale dei ricavi al 31 dicembre 2019 è stato pari a 6,05 milioni di euro (+5,1% rispetto al 2018). La crescita è derivata prevalentemente dall'incremento dei ricavi della pubblicità che, a perimetro omogeneo, sono aumentati del 6,2%. Il totale dei costi operativi al 31 dicembre 2019 è di 4,55 milioni di euro, in linea con quelli al 31 dicembre 2018. L'ebitda del periodo è ammontato a 1,50 milioni di euro, in crescita del 24% rispetto agli 1,21 milioni di euro dell'esercizio precedente; il margine operativo lordo (ebitda) è pari al 25% del fatturato. Telesia ha ricordato che, con riferimento a quanto già comunicato il 16 dicembre 2019, in data 30 gennaio 2020, decorso il termine di 30 giorni previsto dall'art. 2440, comma 6, cod. civ., si è per-

fezionata l'operazione di conferimento delle quote detenute in Class CNBC S.p.A. e in CFN/CNBC Holding B.V. all'esito della quale Telesia è venuta a detenere, direttamente e indirettamente, il 55% del capitale sociale di ClassCNBC S.p.A.. L'operazione è stata effettuata mediante sottoscrizione di un aumento di capitale in natura.

La Go Tv nella metropolitana di Genova

L'attesa del treno della metropolitana a Genova diventa un'occasione per aggiornarsi sui principali fatti del mondo, leggendo notizie di attualità, ed essere sempre al corrente sulle novità dei servizi AMT ma sarà anche un momento piacevole per ascoltare musica e seguire diversi contenuti di intrattenimento. Tutto questo grazie al progetto integrato di video informazione realizzato dalla partnership tra AMT e Telesia, la media tech company del gruppo

Class Editori leader del segmento Go Tv, che da oltre 30 anni realizza soluzioni integrate per la video comunicazione in ambienti ad alta frequentazione, come aeroporti e metropolitane. I contenuti visibili sui monitor presenti in banchina nelle stazioni della metropolitana, in tutto 32 schermi divisi tra le stazioni di Brignole, De Ferrari, Sarzano/Sant'Agostino, San Giorgio, Darsena, Dinegro, e Brin, saranno diversificati e si alterneranno in modo da garantire sempre una varietà di argomenti: un vero e proprio palinsesto tv. Saranno ovviamente presenti, e quindi valorizzate dall'efficacia del canale comunicativo, anche tutte le informazioni relative ad AMT con notizie sull'azienda e aggiornamenti in tempo reale sul servizio. Spazio anche per le campagne dedicate ai clienti AMT. Tutti questi contenuti si alterneranno sugli schermi mentre resterà sempre visibile l'indicazione dei tempi di arrivo del treno. La realizzazione del progetto ha richiesto interventi sulle tecnologie di comunicazione portati avanti con investimenti congiunti dalle due aziende.

I commenti

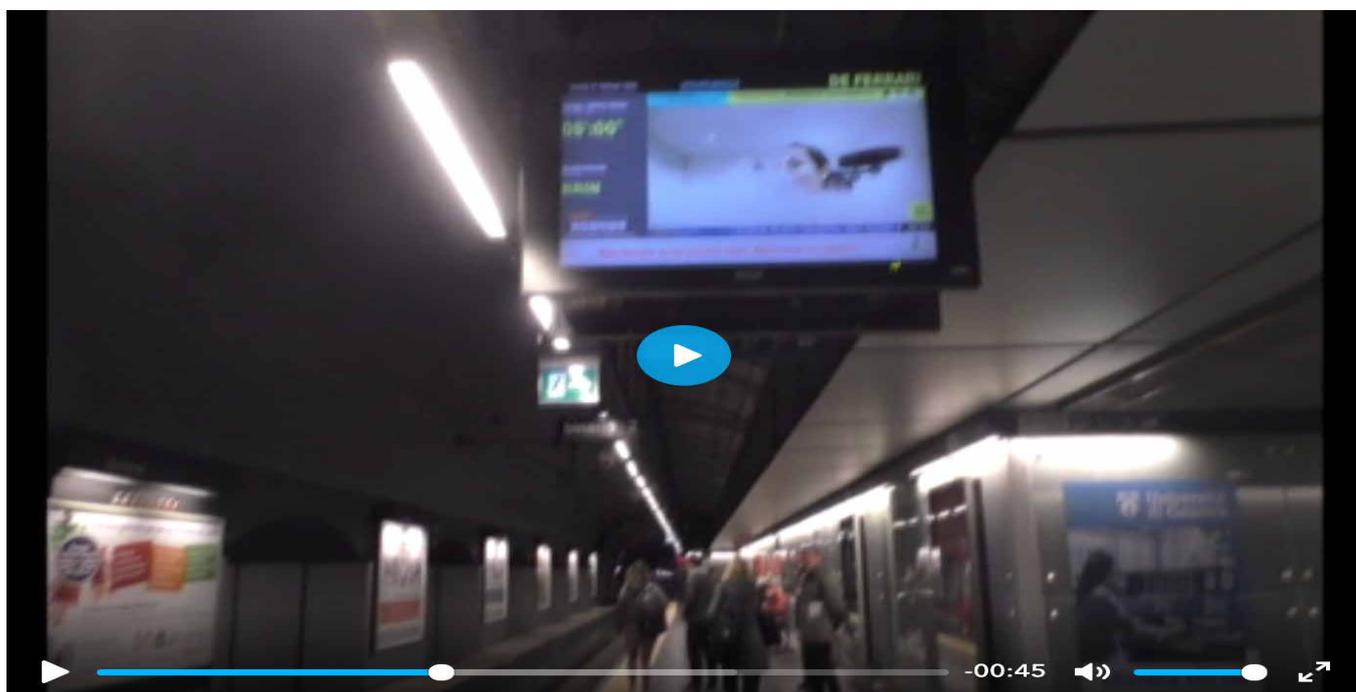
"La metropolitana di Genova sta crescendo nell'abitudine di utilizzo dei genovesi ed è giusto farla crescere anche nella qualità del servizio offerto. La proposta di Telesia ci consente di offrire un servizio informativo di qualità in banchina e di rendere più incisiva la nostra comunicazione sui

servizi offerti. Un progetto portato avanti con dei partner leader di mercato che porta la nostra metro a livello delle migliori esperienze italiane", ha dichiarato Marco Beltrami, amministratore unico di AMT. "Siamo molto contento di questa collaborazione avviata con l'Azienda dei Trasporti di Genova. Telesia è già presente da molti anni nell'Aeroporto di Genova, con il canale Telesia Airport, e nella metropolitana della città ha portato l'esperienza tecnologica e di content management sviluppata in quasi 30 anni di attività", dichiara Gianalberto Zapponini, amministratore delegato di Telesia. La Go Tv di Telesia trasmette anche nei 15 principali aeroporti italiani, nelle metropolitane di Milano, Roma e Brescia, a bordo dei treni della metropolitana di Roma e sugli autobus di Milano, Roma, Arezzo e Siena. "Il network di Genova è un nuovo e ulteriore touchpoint della Go Tv di Telesia che, in continua ascesa mese dopo mese, in un mercato degli investimenti pubblicitari in flessione, emerge indiscutibilmente come uno dei pochi mezzi in forte crescita", sottolinea Angelo Sajeve, Consigliere delegato per il coordinamento commerciale e la gestione di quotidiani e magazine di Class Editori. "Con la metro del capoluogo ligure nasce una nuova comunicazione con la terza città del nord Italia per numero di abitanti, oltre 580.000, che diventano ben 1,5 milioni se si considera l'area metropolitana".

La tv in metropolitana: più informazioni e aggiornamenti alle stazioni metro

di Cristina Capacci

Aspettare il treno informandosi



L'attesa del treno della metropolitana di Genova diventa un'occasione per aggiornarsi sulle notizie e i fatti del giorno, ascoltare musica, seguire contenuti di intrattenimento, ed essere sempre al corrente sulle novità dei servizi AMT.

E' il nuovo progetto integrato di video informazione realizzato con la partnership tra AMT e Telesia.

I contenuti visibili sui monitor in banchina nelle stazioni della metropolitana, 32 in città, permetteranno agli utenti di avere tutte le informazioni relative ai servizi AMT, con campagne dedicate ai clienti.

“Questo ci permette di offrire un servizio completo agli utenti, con una comunicazione più incisiva e portando la nostra metro a livello delle migliori esperienze italiane” dichiara Marco Beltrami, amministratore unico di AMT

In metropolitana arrivano schermi tv „La Go tv arriva anche nella metropolitana di Genova“

Il progetto prevede 32 schermi divisi tra le stazioni di Brignole, De Ferrari, Sarzano/Sant'Agostino, San Giorgio, Darsena, Dinegro, e Brin



Redazione

07 FEBBRAIO 2020 17:13



L'attesa del treno della metropolitana a Genova diventerà un'occasione per aggiornarsi sui principali fatti del mondo ed essere sempre al corrente sulle novità dei servizi Amt ma sarà anche un momento piacevole per ascoltare musica e seguire diversi contenuti di intrattenimento. Si tratta del progetto integrato di video informazione realizzato grazie alla partnership tra Amt e Telesia, la media tech company del gruppo Class Editori.

I contenuti visibili sui monitor presenti in banchina nelle stazioni della metropolitana, in tutto 32 schermi divisi tra le stazioni di Brignole, De Ferrari, Sarzano/Sant'Agostino, San Giorgio, Darsena, Dinegro, e Brin, saranno diversificati e si alterneranno in modo da garantire sempre una varietà di argomenti: un vero e proprio palinsesto tv.

Saranno presenti anche tutte le informazioni relative ad Amt con notizie sull'azienda e aggiornamenti in tempo reale sul servizio. Spazio anche per le campagne dedicate ai clienti Amt. Tutti questi contenuti si alterneranno sugli schermi mentre resterà sempre visibile l'indicazione dei tempi di arrivo del treno.

La realizzazione del progetto ha richiesto interventi sulle tecnologie di comunicazione portati avanti con investimenti congiunti dalle due aziende. La Go tv di Telesia trasmette anche nei 15 principali aeroporti italiani, nelle metropolitane di Milano, Roma e Brescia, a bordo dei treni della metropolitana di Roma e sugli autobus di Milano, Roma, Arezzo e Siena.

di Andrea Montanari

Si tiene lontano dai riflettori, a differenza del padre Silvio. Rimane a debita distanza dal business di famiglia, guidati dai fratelli maggiori, Marina (Fininvest e Mondadori) e Pier Silvio (Mediaset). Gestisce da anni, dopo le esperienze in Jp Morgan, Sator e Banca Mediolanum, la holding H14 che custodisce il patrimonio (stimato in mezzo miliardo, di cui 268 milioni rappresentati dalla partecipazione indiretta di Mediaset) dei tre figli di secondo letto del fondatore di Forza Italia. Ha promosso la fondazione Opsis onlus per progetti sociali in Lombardia, perché da sempre fa beneficenza, oltre a essere un volontario dell'Ordine di Malta. Ed è a un passo dall'altare: sposerà dopo nove anni di legame la fidanzata Federica Fumagalli, professionista pr, conosciuta all'Università Bocconi di Milano, dopo la prima relazione avuta con Ginevra Rossini Ligresti, figlia di Giulia. Luigi Berlusconi, a neppure 32 anni, rappresenta un elemento di diversità nella famiglia del Cavaliere. Non foss'altro perché è l'unico che si è sempre dedicato alla finanza, con una predilezione per il venture capital. Anche se non disdegna, indirizzando le scelte d'investimento delle sorelle maggiori Barbara ed Eleonora, di scommettere sulla manifattura made in Italy. Come dimostra l'operazione che MF-Milano Finanza è in grado di anticipare, ossia l'ingresso con una quota di minoranza nel capitale della emiliana Elettric 80, azienda di meccatronica fondata dall'imprenditore-cowboy (auto-definizione) Enrico Grassi che da oltre trent'anni ha deciso di puntare soluzioni sulle tecnologie nel campo dell'intelligenza artifi-

BERLUSCONI Il più giovane tra i figli del Cavaliere non è mai entrato nei business di famiglia, privilegiando finanza e venture capital. E adesso anche l'Industria 4.0 con l'emiliana Elettric 80, che studia la quotazione

Luigi entra in fabbrica



Luigi Berlusconi

QUANTO VALE LA HOLDING H14

	2018	2017
◆ Immobilizzazioni finanziarie	167.663.810	112.681.056
◆ Totale attivo	285.526.766	271.418.855
◆ Patrimonio netto	284.502.233	269.768.372
◆ Dividendi Fininvest	40.096.216	40.096.216
◆ Utile netto	29.740.021	47.765.056
◆ Investimenti immobiliari (Lauro Srl)		23.161.368

GRAFICA MF-MILANO FINANZA

Per l'Inter il derby vale l'1% dei ricavi

di Luciano Mondellini

Comunque vada sarà un successo. Il derby Inter-Milan, in programma domenica 9 febbraio, ha già un vincitore: il cassiere della società nerazzurra (club che gioca in casa questa stracittadina). Con «tutto esaurito» allo stadio Meazza, l'Inter dovrebbe garantirsi un incasso di oltre 5 milioni. Exploit che però era ampiamente prevedibile. Dal 2011-12 si sono giocate svariate edizioni del derby di campionato e nonostante le recenti annate opache delle due squadre milanesi, la media è stata di 77.181 spettatori presenti con incasso medio di 3,7 milioni di euro. Nei fatti la stracittadina ha im-

pattato in questi anni per poco più dell'1% dei ricavi dei due club. Un peso importante anche considerando i soli ricavi da stadio. Il solo derby è valso infatti oltre un decimo degli incassi di una singola stagione. È probabile però che questa percentuale possa abbassarsi al termine di questa campionato. Soprattutto nel caso dell'Inter. La squadra nerazzurra infatti sta facendo segnare affluenze record allo stadio. Tanto che il club, primo per distanza in Italia per numero di presenze allo stadio, è in sesta posizione a livello europeo in questa speciale classifica alle spalle di Borussia Dortmund, Bayern Monaco, Manchester United, Barcellona e Real Madrid. (riproduzione riservata)

ziale e della robotica applicata ai processi industriali e alla logistica. Elettric 80, che lo scorso anno ha registrato un giro d'affari di quasi 300 milioni, ha clienti come Coca-Cola, Pepsi-Cola, Carlsberg, Barilla, Danone, Nestlé e Parmalat e ha sedi in Australia, Brasile, Cile, Cina, Emirati Arabi Uniti, Francia, Gran Bretagna,

Messico, Polonia, Russia, Svezia, Stati Uniti e Thailandia. Una società che attraverso Banca Mediolanum è entrata nel panel di Elite. Perché l'obiettivo di Grassi - nel 2010 benedetto guarda caso da un messaggio dell'ex premier Silvio Berlusconi - è quello di andare in borsa nell'arco di un paio d'anni. Un percorso

fatto da H14 che segue l'investimento definito nel 2019 nella bresciana Antares Vision, uno dei leader mondiali nella fornitura di sistemi di ispezione e di soluzioni per la rintracciabilità per il settore farmaceutico e che ha debuttato su Aim in nell'aprile, dopo l'integrazione con la spac Alp.i promossa da Mediobanca e

che oggi capitalizza 595 milioni, una delle maggiori sull'Aim. Un legame, quello di H14 con la merchant bank di Piazzetta Cuccia (Luigi Berlusconi qui è molto apprezzato), che si è consolidato negli ultimi anni, come dimostrano i 5 milioni versati nel club deal The Equity Club, che finora ha investito in Jakala (marketing digitale), Philogen (biotech) e La Bottega dell'Albergo (cosmetics). In parallelo proseguono le scommesse del più giovane erede di Silvio Berlusconi nel venture capital, il primo amore, come dimostra il recente incremento della partecipazione in SumUp, il leader europeo del point-of-sale mobile (digital payment). O l'ingresso, definito in luglio, in Bending Spoons, lo sviluppatore di app per iOS che ha messo sul piatto 260 milioni per rilevare il sito di incontri Usa Grinder. Senza trascurare l'ingresso, a titolo personale, in Freedra, uno dei social media più all'avanguardia in Italia. (riproduzione riservata)

Al via anche nella metropolitana di Genova la Go Tv di Telesia

Da venerdì 7 febbraio trasmette anche a Genova Telesia Metro, il canale Go Tv che è già operativo nelle metropolitane di Milano, Roma e Brescia. Il palinsesto prodotto da Telesia, media tech company del gruppo Class Editori, leader del settore in Italia, è ora visibile sui 32 schermi posizionati sulle banchine delle stazioni di Brignole, De Ferrari, Principe, Sarzano/Sant'Agostino, San Giorgio, Darsena, Dinegro, e Brin. Telesia Metro trasmette tutte le informazioni relative ad Amt con notizie sull'azienda e aggiornamenti in tempo reale sul servizio; spazio anche per le campagne dedicate ai clienti Amt. I contenuti si alternano sugli schermi dove è sempre visibile l'indicazione dei tempi di arrivo dei treni, uno dei punti che risuona l'attenzione maggiore dei passeggeri della metropolitana. La realizzazione del progetto ha richiesto interventi sulle tecnologie di comunicazione portati avanti con investimenti congiunti dalle due aziende. «Amt prosegue nel percorso di innovazione e miglioramen-

to del servizio. La nostra metropolitana è sempre più un asse di forza del trasporto pubblico, usato e apprezzato dai genovesi. I previsti ampliamenti e iniziative come questa ne aumenteranno ancora l'attrattività e i volumi di traffico», sottolinea



Matteo Campora (Comune di Genova), Marco Beltrami (Amt) e Gianalberto Zappinoni (Telesia)

Matteo Campora, assessore Ambiente, Mobilità ed Energia del Comune di Genova. «La metropolitana di Genova sta crescendo nell'abitudine di utilizzo dei genovesi ed è giusto farla evolvere anche nella qualità del servizio offerto. La proposta di Telesia ci consente di offrire



Uno degli schermi di Telesia Metro posizionato sulle banchine della stazione De Ferrari

un servizio informativo di qualità in banchina e di rendere più incisiva la nostra comunicazione sui servizi offerti. Un progetto portato avanti con dei partner leader di mercato che eleva la nostra metro a livello delle migliori esperienze italiane», dichiara Marco Beltrami, amministratore unico di Amt. «Siamo molto contenti di questa collaborazione avviata con l'Azienda dei trasporti di Genova. Telesia è già presente da molti anni nell'Aeroporto di Genova, con il canale Telesia Airport, e nella metropo-

litana della città ha portato l'esperienza tecnologica e di content management sviluppata in quasi 30 anni di attività», dichiara Gianalberto Zappinoni, amministratore delegato di Telesia. La Go Tv di Telesia trasmette anche nei 15 principali aeroporti italiani, nelle metropolitane di Milano, Roma e Brescia, a bordo dei treni della metropolitana di Roma e sugli autobus di Milano, Roma, Arezzo e Siena. «Il network di Genova è un nuovo e ulteriore touchpoint della Go Tv di Telesia che, in continua ascesa mese dopo mese, in un mercato degli investimenti pubblicitari in flessione, emerge indiscutibilmente come uno dei pochi mezzi in forte crescita», sottolinea Angelo Sajeve, consigliere delegato per il coordinamento commerciale e la gestione di quotidiani e magazine di Class Editori. «Con la metro del capoluogo ligure nasce una nuova comunicazione con la terza città del nord Italia per numero di abitanti, oltre 580.000, che diventano ben 1,5 milioni se si considera l'area metropolitana». (riproduzione riservata)