

Roma Capitale, Fastweb, Zte e l'Università dell'Aquila lanciano il progetto tecnologico

Il 5G al servizio dei beni culturali

Una rete di sensori per monitorare gli edifici storici

DI GIANFRANCO FERRONI

Roma Capitale, Fastweb, Zte e Università dell'Aquila (Univaq) alleati per difendere il patrimonio culturale, grazie al 5G. Con la tecnologia pronta a tutelare le collezioni d'arte dei musei, a cominciare da quelli Capitolini, posti sotto monitoraggio, attraverso una rete di sensori attivata in due sale. «Il 5G arriva a Roma applicato al patrimonio culturale. Con la città e l'amministrazione siamo aperti ad accogliere questo uso intelligente della tecnologia che ci aiuterà a gestire i nostri beni storici», ha detto ieri mattina il vicesindaco con delega alla crescita culturale **Luca Bergamo**.

È il nuovo capitolo del progetto #Roma5G dedicata sicurezza degli edifici e loro conservazione. Nel palazzo dei Conservatori e nella sala Esedra del Marco Polo sono stati già installati 8 sensori che registrano regolarità informazion

struttura. Il museo pubblico più antico del mondo, uno dei simboli più importanti della città di Roma, beneficia così di tutte le potenzialità del 5G ovvero l'affidabilità, la velocità e la bassissima latenza per la trasmissione in tempo reale dei dati rilevati, nonché la possibilità di collegare un numero molto elevato di sensori per la raccolta di informazioni sullo stato degli edifici monitorati.

Per **Massimo Bugani**, capo staff del sindaco Virginia Raggi con delega all'Innovazione, «Il 5G è un'occasione straordinaria. I limiti di emissione in Italia sono fra i più bassi d'Europa, ci stiamo muovendo in un contesto di massima cautela. L'utilizzo delle antenne e dei sensori 5G per la tutela del patrimo-



La statua dell'imperatore Marco Aurelio all'interno dei Musei Capitolini di Roma

quanto ha portato a questa

golo, ma soprattutto di nuovi servizi pubblici e privati». Inoltre, «questa infrastruttura di monitoraggio degli edifici è un esempio perfetto per testimoniare l'affidabilità e la sicurezza del sistema, oltre a dimostrare anche l'alta specializzazione della nostra tecnologia e la volontà di Zte di essere al fianco delle istituzioni e degli operatori per migliorare la qualità della vita delle persone. Zte continuerà a gestire il Centro di innovazione e ricerca 5G con casi d'uso ulteriormente interessanti, insieme ai nostri partner in Italia».

Andrea Lasagna, chief technology officer di Fastweb, ha sottolineato l'orgoglio di essere «ancora una volta al fianco di Roma Capitale e mostrare le straordi-

strazione. Dopo aver dotato la città di infrastruttura a banda ultra larga ora viene dato ulteriore impulso alla valorizzazione di Roma e del suo patrimonio artistico proiettandola nel futuro attraverso l'uso delle più moderne tecnologie».

La nuova sperimentazione trova applicazione nell'ambito della tutela degli edifici storici e del patrimonio artistico e culturale del paese così come, in prospettiva, anche nel monitoraggio delle infrastrutture civili, ovvero ponti, viadotti e autostrade, e si inserisce nell'ambito del progetto #Roma5G avviato dall'amministrazione capitolina. L'iniziativa nasce dalla volontà di costruire una piattaforma digitale aperta a partner tecnologici. enti e

Telesia, Ludovica Pagani a febbraio all'interno di Social Media Break

Si chiama «Casa Pagani» il programma lanciato su YouTube dalla web influencer, speaker radiofonica e dj bergamasca Ludovica Pagani e ideato da Futuramangement e Atom. Nella seconda puntata protagonisti delle interviste sono Daniel e Jacopo de I Pantellas, tra gli youtubers più seguiti in Italia, e il rapper Dani

«Casa Pagani» è stato inoltre scelto dalla media company Telesia spa (Gruppo Class Editori) per *Social Media Break*, il format che porta i volti più noti e più seguiti del mondo digital e social direttamente tra la gente che affolla ogni giorno le banchine della metropolitana di Milano, Roma, Brescia e, a brevissimo anche

di febbraio sarà quindi on air su Telesia Metro con pillole di un minuto che raccontano il meglio delle puntate trasmesse interamente su YouTube, coniugando così la fruizione veloce e smart della tv di Telesia con la simpatia e la personalità di Ludovica e dei suoi tanti ospiti.

Leader della Go Tv, Telesia è un network composto da oltre 5 mila schermi posizionati in metropolitane, aeroporti e autobus in tutta Italia, che trasmette un palinsesto televisivo visto ogni settimana da più di 28 milioni di persone. Il suo pubblico è un target molto difficile oggi da raggiungere con i media tradizionali perché è quello più attivo, spesso in movimento, e che trascorre molto tempo

La spesa d'ebbrezza

È evidente, anzi, «assi prodotto nuove categorie consumatori. La vasti sponibili, come pure i prezzi più convenienti del mercato «consumatori di compratori, a volte la possibilità di poter un po' sconsideratamente a casa. Senza queste due caratteristiche è interessante mercato per un lasso di tempo da «brilli» a «sbronzi». In America del Nord, col che all'«online» rigo suggerisce che il a valere fino a 45 miliardi di euro). La stima, no di un vizio di campioni online americana The un'indagine condotta su 2.174 adulti consumatori d'alcol tra i propri lettori, ha trovato che il 79% dei bevitori aveva fatto almeno un acquisto online «in stato d'ebbrezza», che la spesa media annua pro capite per questo tipo di compere era di 444 dollari (circa 402 euro), che abbigliamento e calzature erano stati gli acquisti più comuni e che la piattaforma di e-commerce preferita dai lettori bevuti è risultata essere Amazon. È praticamente impossibile dire quanto il campione sia o meno «rappresentativo» del pubblico allargato. Il risponditore medio aveva 36 anni, un reddito medio annuo di 92 mila dollari (83 mila euro), il doppio del medio americano) ed era al 53% maschile e al 47% femminile. La propensione di fare lo shopping online non perfettamente sobrio incrementa con l'abbassamento d'età, il che suggerisce che il fenomeno dovrebbe continuare a crescere. Siccome è noto che il consumo d'alcol possa distorcere il giudizio, è forse particolarmente significativo che il tasso di «pentimento» per le scelte compiute fosse invece notevolmente basso: solo il 6% dei rispondenti ha riferito d'essere dispiaciuto di avere fatto l'acquisto, anche se il 20% l'ha poi rimandato indietro...

* per Mercoledì di Rochester

Deliveroo in 15 nuove città. Quindici città italiane si aggiungono a quelle in cui è già presente Deliveroo, la piattaforma attiva nell'online food delivery che a febbraio, in linea con la tabella di marcia del programma di espansione previsto per il 2020, raggiunge quota 175 città in totale. I centri in cui dalla seconda metà di febbraio sarà possibile ordinare cibo a domicilio utilizzando l'app Deliveroo sono Arosio, Cologno Monzese, Brembate, Montano Lucino, Tavernola, Grandate, Cinisello Balsamo in Lombardia, Domodossola in Piemonte, Conegliano, Schio e Thiene in Veneto, Vignola in Emilia-Romagna, Cassino nel Lazio, Mercogliano e Avellino in Campania.

Armando Testa firma la campagna di Lines. Lines e Armando Testa hanno sviluppato il nuovo ecosistema di comunicazione del brand Lines Seta Ultra, lavorando sul concetto che i luoghi comuni legati al ciclo vadano sfatati. La campagna che si sviluppa

sull'onda di un filmato internazionale realizzato da P&G, è stata prodotta da Think Cattlea, con regia di Laura Chiossonne per il film tv. La produzione dei contributi per campagna digital e social è di Little Bull Studios. La comunicazione si sviluppa sui canali tv, YouTube, Instagram, Facebook, Tik Tok, Ogury e Spotify. La pianificazione è di Media Italia.

I treni olandesi parlano italiano con Ermetris. Sono di Ermetris, azienda con sede a Gorizia specializzata nel settore del passenger information system, gli altoparlanti montati sui convogli della Nederlandse Spoorwegen (NS), le ferrovie dei Paesi Bassi. La società friulana ha ottenuto anche una doppia commessa dal costruttore ferroviario spagnolo Caf per la fornitura di altri 500 apparecchi che saranno montati su 216 nuovi treni in servizio sui quasi 3 mila km di rete gestita dalla NS nei Paesi Bassi.



Personaggi Sanremo, Milano Fashion Week e Coachella: i progetti per il futuro di Ludovica Pagani

Sanremo, Milano Fashion Week e Coachella: questi sono solo alcuni dei prossimi appuntamenti di Ludovica Pagani che - dopo aver lanciato con successo su YouTube "Casa Pagani" - è partita per il Festival della Canzone Italiana dove partecipa come ospite e madrina ad alcuni eventi della kermesse. Intanto, è online la seconda puntata del programma, ideato da Futuramanagement e Atomproduction, condotto dalla web influencer, speaker radiofonica e dj bergamasca: protagonisti delle interviste Daniel e Jacopo de I Pantellas, tra gli youtuber più seguiti in Italia, e il rapper Dani Faiv.

PILLOLE DI UN MINUTO

"Casa Pagani" è stato, inoltre, scelto dalla media company Telesia, del Gruppo Class Editori, per "Social Media Break", il format che porta i volti più noti e più seguiti del mondo digital e social direttamente tra la gente che affolla ogni

giorno le banchine della metropolitana di Milano, Roma, Brescia e, a brevissimo anche Genova. "Casa Pagani", per tutto il mese di febbraio, sarà, quindi, on air su Telesia Metro con pillole di un minuto che raccontano il meglio delle puntate trasmesse interamente su YouTube, coniugando, così, la fruizione veloce e smart della tv di Telesia con la simpatia e la personalità di Ludovica e dei suoi tanti ospiti.

LEADER DELLA GO TV

Leader della Go Tv, Telesia è un network composto da oltre 5 mila schermi posizionati in metropolitane, aeroporti e autobus in tutta Italia, che trasmette un palinsesto televisivo visto ogni settimana da più di 28 milioni di persone. Il suo pubblico è un target molto difficile oggi da raggiungere con i media tradizionali perché è quello più attivo, spesso in movimento, e che trascorre molto tempo fuori casa.

L'influencer e dj ha appena pubblicato su YouTube la seconda puntata di "Casa Pagani" e per tutto il mese di febbraio sarà on air su Telesia Metro all'interno del format "Social Media Break", trasmesso sulle banchine della metropolitana di Milano, Roma, Brescia e presto anche Genova

