

I dati sull'online a marzo di Comscore. La crescita dell'informazione supera quella dei social

Tempo raddoppiato sulle news

L'audience a +144% e i gruppi italiani si avvicinano agli ott

DI ANDREA SECCHI

C'è un dato che certifica quanto accaduto nella navigazione su Internet a marzo di quest'anno, in piena emergenza da co-

parte, quanto perso in questi anni a favore dei dispositivi mobili: rispetto a marzo 2019, Comscore ha registrato un +15% in termini di utenti e +61% in termini di tempo medio speso per utente. Nella tabella in pagina sono

audience consistenti: *Messaggero* +57%, *Sole* +94%, *Libero quotidiano* +39%, *Sky Tg24* +75%. Il dato di quest'ultimo, però, è sottostimato per problemi con la rilevazione nel mese. Importante poi tenere conto che nella classifica

Così i siti di informazione

	Media	Utenti mar. 2020	Var. % su feb. '20	Min. per utente
Totale Internet		39.024	0	4.995,0
			13	10,3
			12	17,6
			23	29,6
			26	10,4
			20	10,8
			21	15,3
			57	7,8
			94	10,9
			39	12,3
			75	6,1
			75	5,2
			7	11,7
			41	7,1
			85	3,5
			41	4,1

I dati comScore. Compresi tutti i del gruppo Gedi

Telesia lancia la soluzione per gestire i flussi dei passeggeri durante la Fase 2

Telesia, leader della Go Tv in Italia, offre alle aziende del trasporto pubblico locale (Tpl) uno strumento tecnologico a supporto della gestione dei flussi dei passeggeri in luoghi quali gli autobus, le stazioni delle metropolitane e i vagoni dei treni, evitando che si verifichino situazioni di affollamento potenzialmente pericolose e contrarie alle regole di prevenzione del Covid-19, che si basano sul rispetto di distanze minime di sicurezza in ogni ambiente.

La soluzione ideata e realizzata dall'avanzato centro ricerche e sviluppo di Telesia (www.telesia.it) si chiama People Movement Analyzer (Pma) e si basa su una tecnologia proprietaria già collaudata dalla società, un sistema di intelligenza artificiale che consente l'analisi statistica in tempo reale dei flussi dei passeggeri nei luoghi di attesa e a bordo dei mezzi. La nuova piattaforma Pma rappresenta l'evoluzione del sistema WeCounter, che da alcuni anni è utilizzato con efficacia per il calcolo dell'audience rivolta agli spot pubblicitari nelle metropolitane, negli aeroporti e in circa 50 stazioni della rete ferroviaria.

«Da lunedì 4 maggio 4,4 milioni di italiani hanno ripreso l'attività lavorativa e in parte si muoveranno anche con i mezzi pubblici, i cui gestori sono chiamati a un'attività di monitoraggio e indirizzo dei flussi dei passeggeri molto importante per la loro salute e anche impegnativa nella gestione quotidiana», dice Gianalberto Zapponini, amministratore delegato di Telesia, quotata all'Aim. «Siamo felici di offrire loro il nostro contributo con una soluzione di facile e agevole installazione, personalizzabile, che si integra con gli altri strumenti utilizzati dalle aziende

del trasporto pubblico e che, inoltre, può risultare di grande aiuto anche in altri luoghi molto frequentati come i supermercati, i centri commerciali e gli uffici pubblici».

Fra i punti di forza della piattaforma People Movement Analyzer la possibilità di essere integrata in tutti gli schermi già installati nel network Go Tv di Telesia, con grande risparmio di tempi e costi di installazione per i gestori del trasporto pubblico.



Uno schermo di Telesia

Il sistema comunica i flussi di presenza dei passeggeri con una grafica semplice e intuitiva che permette loro di capire come disporsi all'interno dei bus, sulle banchine di attesa e nei vagoni della metro, coadiuvando efficacemente il lavoro svolto dal personale del servizio pubblico. Allo stesso modo consente alle società del trasporto pubblico locale di visualizzare i dati di loro interesse in modo molto intuitivo.

In questo momento la nuova piattaforma è in fase di valutazione nelle metropolitane di Milano, Roma e Genova, fra le prime a dotarsi degli strumenti di intelligenza artificiale a supporto della Go Tv targata Telesia.

© Riproduzione riservata

social è stato avvertito dal Media Rating Council che gli potrebbe essere negato il riconoscimento a causa delle lacune nelle informazioni relative all'efficacia della pubblicità dei suoi prodotti.

© Riproduzione riservata

di Telesia, quotata all'Aim. «Siamo felici di offrire loro il nostro contributo con una soluzione di facile e agevole installazione, personalizzabile, che si integra con gli altri strumenti utilizzati dalle aziende

ne di Milano, Roma e Genova, fra le prime a dotarsi degli strumenti di intelligenza artificiale a supporto della Go Tv targata Telesia.

© Riproduzione riservata

Per gestire i flussi dei passeggeri durante la Fase 2

del trasporto pubblico e che, inoltre, può essere di grande aiuto anche in altri luoghi molto frequentati come i supermercati, i centri commerciali e gli uffici pubblici».

Fra i punti di forza della piattaforma People Movement Analyzer la possibilità di essere integrata in tutti gli schermi già installati nel network Go Tv di Telesia, con grande risparmio di tempi e costi di installazione per i gestori del trasporto pubblico.



Uno schermo di Telesia

Il sistema comunica i flussi di presenza dei passeggeri con una grafica semplice e intuitiva che permette loro di capire come disporsi all'interno dei bus, sulle banchine di attesa e nei vagoni della metro, coadiuvando efficacemente il lavoro svolto dal personale del servizio pubblico. Allo stesso modo consente alle società del trasporto pubblico locale di visualizzare i dati di loro interesse in modo molto intuitivo.

In questo momento la nuova piattaforma è in fase di valutazione nelle metropolitane di Milano, Roma e Genova, fra le prime a dotarsi degli strumenti di intelligenza artificiale a supporto della Go Tv targata Telesia.

© Riproduzione riservata

Menarini, 600 milioni sugli Stati Uniti Nel mirino ci sono i farmaci Stemline

CURE ONCOLOGICHE

Il gruppo quotato al Nasdaq si è impennato del 155% per allinearsi all'offerta

L'operazione sarà finanziata per cassa: closing previsto entro la fine dell'anno

Silvia Pieraccini

FIRENZE

Il più grande gruppo farmaceutico a capitale italiano, la Menarini della famiglia fiorentina Aleotti, accelera nell'area oncologica e acquisisce un'azienda americana quotata al Nasdaq, Stemline Therapeutics, che scienza e investitori tengono d'occhio da anni per l'attività di sviluppo di terapie oncologiche innovative. La freccia all'arco di Stemline è

schizzato in alto (da 4,7 a oltre 12 dollari) e si è allineato al prezzo dell'Opa. Tutte le azioni Stemline non conferite all'Opa saranno acquisite da Menarini dopo la chiusura dell'offerta, per lo stesso corrispettivo, attraverso una fusione che avrà come effetto il delisting della società americana.

L'intera operazione - secondo quanto reso noto in un comunicato - dovrebbe concludersi nel secondo trimestre 2020, soddisfatte le condizioni sospensive comprese l'adesione all'offerta di oltre il 50% delle azioni di Stemline in circolazione e il ricevimento dell'autorizzazione Hart-Scott-Rodino.

L'acquisizione di Stemline è la prima operazione messa a segno dalla CEO di Menarini, Eleonora Ergun, ingegnere turca arrivata dalla Merck Healthcare nel settembre scorso ad affiancare il presidente Eric Cornut, in carica dal giugno 2018. La scelta degli azionisti, i fra-

FUSIONE IN UK FRA O2 E VIRGIN MEDIA

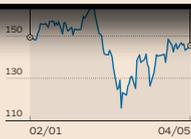


Fase 2, Telesia a supporto del trasporto locale

Una soluzione per consentire alle aziende del trasporto pubblico locale di gestire i flussi dei passeggeri durante la Fase 2 dell'emergenza Covid-19. A metterla in campo è Telesia, società quotata all'Aim e attiva nella Go Tv che nel suo centro ricerche e sviluppo ha ideato una soluzione che chiama People Movement Analyzer (Pma). In definitiva rappresenta un'evoluzione del sistema WeCounter®: da alcuni anni utilizzato per il calcolo dell'audience rivolta agli spot pubblicitari nelle metropolitane, negli aeroporti e in circa 50 stazioni della rete ferroviaria. Pma si basa su una tecnologia proprietaria già collaudata dalla società del gruppo Class: un sistema di intelligenza artificiale che consente l'analisi statistica in tempo reale dei flussi dei passeggeri nei luoghi di attesa e a bordo dei mezzi. In questo momento è in fase di valutazione nelle metropolitane di Milano, Roma e Genova, fra le prime a dotarsi degli strumenti di intelligenza artificiale a supporto della Go Tv targata Telesia. «Da lunedì 4 maggio 4,4 milioni di italiani hanno ripreso l'attività lavorativa e in parte si muoveranno anche con i mezzi pubblici, i cui gestori sono chiamati a un'attività di monitoraggio e indirizzo dei flussi», dice Gianalberto Zapponini, amministratore delegato di Telesia. (R. Fi.)

(da 3,90-3,95 euro per azione), mentre il free cash flow industriale atteso è a 0,1-0,2 miliardi euro (da 0,4 miliardi). La nuova guida sul 2020 fornita al mercato «riflette le previsioni dell'impatto della pandemia da Covid-19», sottolinea la nota. Del resto la situazione attuale, come chiarito dallo stesso Camilleri, «è senza precedenti

ma nulla che riterranno essere allarmante», ha aggiunto Camilleri che sul fronte dell'impatto dell'emergenza ha evidenziato come una delle variabili da considerare è la Formula 1 («Influenzerà negativamente i nostri risultati nel 2020 ma le perdite saranno di breve vita», ha detto il ceo). Nel primo trimestre il gruppo è co-



ulteriori linee di credito committed per un totale di 350 milioni di euro, portando dunque a raddoppiare a 700 milioni di euro le linee di credito committed ad oggi disponibili e inutilizzate. In Borsa il titolo, che era arrivato a perdere fino al 6%, ha recuperato nel finale e ha chiuso in rialzo dell'1,46%

PARTERRE

La nuova Compagnia di Profumo

Un presidente, Francesco Profumo, che resta in carica per altri quattro anni e un Comitato di gestione nuovo di zecca. Si chiude, con qualche sorpresa, la fase del rinnovo degli organi sociali della Compagnia di San Paolo, avviata circa tre mesi fa. A ricoprire la carica di vice presidente sarà Rosanna Ventrella, presidente di Cna Donna del Piemonte; prende il posto di Licia Mattioli, espressione del mondo industriale. Nel Comitato, che rappresenta una vera e propria cabina di regia della Fondazione, entrano anche Alessandro Barberis (nomina espressa da Unioncamere), Carlo Picco (in quota Regione Piemonte) e Nicoletta Viazani, imprenditrice del settore edile. Nel Consiglio generale del primo azionista di Intesa Sanpaolo - con il 6,7% delle quote - entrano Vincenzo Iolite (Cdc di Torino), Valeria Cappellotto (Comune di Torino), Remo Pertica (Iti), Penelope Lewis (per la European Foundation Centre), Angelo Martellini (per la Cdc di Genova), Ernesto Lavatelli, per il Comune di Genova, Michela Di Macco (Fai), Enrico Filippi (Accademia delle Scienze), Paola Bonfante (Linco) e Alberto Quadrio Curzio (in quota Cdc di Milano). Due le consigliere cooptate: Elena Casolari e Roberta Siliquini. (R. Fi.)

Antitrust contro Compass per i prestiti con polizze

Bacchettata dall'Antitrust a Compass che «non risulta aver adottato misure sufficienti al fine di rimuovere le condotte accertate come scorrette», vale a dire la prassi dell'«abbinamento forzoso tra prestiti personali e prodotti assicurativi (non necessari per l'erogazione del prestito)». L'Autorità presieduta da Roberto Bastichelli ha comunicato ieri di aver attivato «un procedimento istruttorio per la mancata ottemperanza alla diffida che le imponeva la rimozione della pratica scorretta già accertata nel mese di novembre 2019». Un cartellino giallo dopo che alla fine dello scorso anno l'Autorità era intervenuta con una sanzione per 4,7 milioni di euro. La situazione, a detta dell'Antitrust, non sarebbe però cambiata con una Compass che «nello specifico non ha adottato rimedi tali da rimuovere i vincoli tra finanziamento e polizza, come la separazione temporale della sottoscrizione dei due contratti, condizionando in tal modo il consumatore nella fase di richiesta del prestito personale». Su un altro versante la società ha comunicato la rinuncia all'acquisto del 9,95% di BFI Finance Indonesia per l'emergenza Covid-19 «ha reso non più attuali i termini economici dell'accordo e mutato le priorità operative di Compass». (A. Bio.)

Fase 2, Telesia a supporto del trasporto locale

Una soluzione per consentire alle aziende del trasporto pubblico locale di gestire i flussi dei passeggeri durante la Fase 2 dell'emergenza Covid-19. A metterla in campo è Telesia, società quotata all'Aim e attiva nella Go Tv che nel suo centro ricerche e sviluppo ha ideato una soluzione che chiama People Movement Analyzer (Pma). In definitiva rappresenta un'evoluzione del sistema WeCounter®: da alcuni anni utilizzato per il calcolo dell'audience rivolta agli spot pubblicitari nelle metropolitane, negli aeroporti e in circa 50 stazioni della rete ferroviaria. Pma si basa su una tecnologia proprietaria già collaudata dalla società del gruppo Class: un sistema di intelligenza artificiale che consente l'analisi statistica in tempo reale dei flussi dei passeggeri nei luoghi di attesa e a bordo dei mezzi. In questo momento è in fase di valutazione nelle metropolitane di Milano, Roma e Genova, fra le prime a dotarsi degli strumenti di intelligenza artificiale a supporto della Go Tv targata Telesia. «Da lunedì 4 maggio 4,4 milioni di italiani hanno ripreso l'attività lavorativa e in parte si muoveranno anche con i mezzi pubblici, i cui gestori sono chiamati a un'attività di monitoraggio e indirizzo dei flussi», dice Gianalberto Zapponini, amministratore delegato di Telesia. (R. Fi.)

MERCATI

EXPLOIT DI FINCANTIERI DOPO LA COMMESSA USA

di Celestina Dominelli

In una giornata fiacca per il listino milanese, Fincantieri ha fatto ieri un balzo in Borsa dopo aver conquistato nei giorni scorsi la maxi-commessa da quasi 800 milioni di dollari della Us Navy per la costruzione delle nuove fregate lanciamissili del programma Fig(X). Il gruppo guidato da Giuseppe

Bono ha registrato un grande exploit fin dalle prime battute: in avvio di seduta, il titolo non riusciva a fare prezzo per eccesso di rialzo (ed è arrivato a segnare un +40% teorico). Poi, una volta entrato in contrattazione, ha chiuso con un incremento del 11,5% (0,79 euro). Il contratto, che prevede la progettazione di dettaglio e la realizzazione della capoclasse, include anche l'opzione per altre nove unità (che, se esercitate, porterebbero il valore a 5,6 miliardi di dollari). Per gli analisti, da Banca Imi a Equita, la commessa servirà a sostenere il flusso di cassa e la liquidità del gruppo in un momento in cui il business delle crociere sconta il pesante impatto del Covid-19. Per Mediobanca Securities, il contratto costituisce inoltre un'aggiunta con un alto margine al portafoglio ordini di Fincantieri (29 miliardi a fine 2019) ed equivale a 5 anni di fatturato.



IL RIALZO DI IERI DI FINCANTIERI
Exploit del gruppo dopo il contratto della Marina Usa



OOH Da Telesia arriva la soluzione che consente al trasporto pubblico di gestire i flussi dei passeggeri

La piattaforma integrabile agli schermi di Go Tv si chiama People Movement Analyzer ed è già in fase di approfondimento nelle metropolitane di Milano, Roma e Genova



Risparmio di tempi e costi di installazione

Fra i punti di forza della piattaforma People Movement Analyzer la possibilità di essere integrata in tutti gli schermi già installati nel network Go Tv di Telesia, con risparmio di tempi e costi di installazione per i gestori del trasporto pubblico. Il sistema comunica i flussi di presenza dei passeggeri con una grafica semplice e intuitiva che permette loro di capire come disporsi all'interno dei bus, sulle banchine di attesa e nei vagoni della metro, coadiuvando efficacemente il lavoro svolto dal personale del servizio pubblico. Allo stesso modo consente alle società del trasporto pubblico locale di visualizzare i dati di loro interesse in modo molto intuitivo. In questo momento la nuova piattaforma è in fase di valutazione nelle metropolitane di Milano, Roma e Genova, fra le prime a dotarsi degli strumenti di intelligenza artificiale a supporto della Go Tv targata Telesia.

Telesia offre alle aziende del trasporto pubblico locale (Tpl) uno strumento tecnologico a supporto della gestione dei flussi dei passeggeri in luoghi quali gli autobus, le stazioni delle metropolitane e i vagoni dei treni, evitando che si verifichino situazioni di affollamento potenzialmente pericolose e con-

trarie alle regole di prevenzione del Covid-19. La soluzione ideata e realizzata dal centro ricerche e sviluppo di Telesia si chiama People Movement Analyzer (Pma) e si basa su una tecnologia proprietaria già collaudata dalla società, un sistema di intelligenza artificiale che consente l'analisi statistica in tempo reale

dei flussi dei passeggeri nei luoghi di attesa e a bordo dei mezzi. La nuova piattaforma Pma rappresenta l'evoluzione del sistema WeCounter, che da alcuni anni è utilizzato con efficacia per il calcolo dell'audience rivolta agli spot pubblicitari nelle metropolitane, negli aeroporti e in circa 50 stazioni della rete ferroviaria.

► della campagna è il Nuovo Ponte di Genova, che il Gruppo sta realizzando insieme a Fincantieri a tempi record, e che Webuild ha vestito della magia delle luci tricolore negli ultimi giorni, a seguito del completamento della struttura portante dell'opera, illuminando il ponte in tutta la sua lunghezza e ciascuna delle 18 pile con i colori della bandiera italiana, effetto che si è aggiunto al laser tricolore che illumina il ponte da sopra.

La campagna

La campagna ruota attorno al nuovo naming, in grado di evocare con chiarezza la visione di un'azienda ancorata al verbo "Build" per rappresentare il DNA di chi costruisce infrastrutture da 114 anni, in tutti i continenti e in tutte

le condizioni, dalle grandi città ad aree tropicali, ai deserti e alle aree ghiacciate del mondo. "We" esprime il ruolo fondamentale delle persone e della squadra, per la realizzazione di un business in cui sostenibilità e sicurezza rappresentano elementi essenziali. L'innovazione del naming si concilia con la volontà di valorizzare le solide fondamenta costruite finora, con il mantenimento dell'elemento grafico del logo, la sfera con i 5 "whirl". Il naming mantiene inoltre l'ancoraggio alla promessa di settore, "costruire per creare valore", una definizione già patrimonio del brand del Gruppo Salini Impregilo, con il suo payoff e con il nome del magazine digitale proprietario nato nel 2015, "We Build Value". Per rappresentare questa evoluzione in continuità, nel complesso del siste-

ma di "brand identity" oltre al nome è stato sviluppato un font proprietario, il cosiddetto "We Build type". Una decisione finalizzata a dare ulteriore forza al brand, per renderlo immediatamente distinguibile ed innovativo. Il rebranding è stato sviluppato da Inarea dopo che l'agenzia di Antonio Romano ha vinto la relativa gara a 5. La creatività, sia per la stampa che per il clip di campagna (ce n'è anche uno istituzionale, postato anch'esso sui social del Gruppo, ma realizzato internamente), è stata curata da Leftloft, lo Studio di comunicazione e design fondato da Andrea Braccaloni, Francesco Cavalli, Bruno Genovese e David Pasquali che già collabora da tempo con Salini Impregilo che, ugualmente, ha un rapporto consolidato con Zenith per il planning stampa.

Telesia lancia People Movement Analyzer, soluzione per aiutare i trasporti pubblici a gestire i passeggeri

04/05/2020 | 18:08



Telesia, società attiva nel settore della GO TV in Italia che realizza e gestisce network multimediali, offre alle aziende del trasporto pubblico locale (Tpl) uno strumento tecnologico a supporto della gestione dei flussi dei passeggeri in luoghi quali autobus, stazioni delle metropolitane e vagoni dei treni. Lo scopo dell'iniziativa è evitare che si verifichino situazioni di affollamento potenzialmente pericolose e contrarie alle regole di distanziamento per prevenire il Covid-19.

La soluzione, che è stata ideata e realizzata dal centro ricerche e sviluppo di Telesia (www.telesia.it), si chiama People Movement Analyzer (Pma) e, spiega una nota, si basa su una tecnologia proprietaria già collaudata dalla società, un sistema di intelligenza artificiale che consente l'analisi statistica in tempo reale dei flussi dei passeggeri nei luoghi di attesa e a bordo dei mezzi. La Pma rappresenta un'evoluzione del sistema WeCounter®, già utilizzato da alcuni anni per il calcolo dell'audience rivolta agli spot pubblicitari nelle metropolitane, negli aeroporti e in circa 50 stazioni della rete ferroviaria.



People Movement Analyzer

“Da lunedì 4 maggio 4,4 milioni di italiani hanno ripreso l’attività lavorativa e in parte si muoveranno anche con i mezzi pubblici, i cui gestori sono chiamati a un’attività di monitoraggio e indirizzo dei flussi dei passeggeri molto importante per la loro salute e anche impegnativa nella gestione quotidiana – dice Gianalberto Zaponini, amministratore delegato di Telesia – Siamo felici di offrire loro il nostro contributo con una soluzione di facile e agevole installazione, personalizzabile, che si integra con gli altri strumenti utilizzati dalle aziende del trasporto pubblico e che, inoltre, può risultare di grande aiuto anche in altri luoghi molto frequentati come i supermercati, i centri commerciali e gli uffici pubblici”.

Una delle caratteristiche della piattaforma People Movement Analyzer, riporta sempre un comunicato, è la possibilità di essere integrata in tutti gli schermi già installati nel network GO TV di Telesia, con risparmio di tempi e costi di installazione per i gestori del trasporto pubblico. Il sistema comunica i flussi di presenza dei passeggeri con una grafica semplice che permette loro di capire come disporsi all’interno dei bus, sulle banchine di attesa e nei vagoni della metro, coadiuvando efficacemente il lavoro svolto dal personale del servizio pubblico. Allo stesso modo consente alle società del trasporto pubblico locale di visualizzare i dati di loro interesse in modo molto intuitivo.

In questo momento la piattaforma è in fase di valutazione nelle metropolitane di Milano, Roma e Genova, fra le prime a dotarsi degli strumenti di intelligenza artificiale a supporto della GO TV targata Telesia.

LA PIATTAFORMA È IN FASE DI APPROFONDIMENTO NELLE METROPOLITANE DI MILANO, ROMA E GENOVA

TELESIA LANCIA PEOPLE MOVEMENT ANALYZER PER LA GESTIONE DEI FLUSSI NELLA FASE 2

Telesia, leader della GO TV in Italia, offre alle aziende del trasporto pubblico locale (Tpl) uno strumento tecnologico a supporto della gestione dei flussi dei passeggeri in luoghi quali gli autobus, le stazioni delle metropolitane e i vagoni dei treni, evitando che si verifichino situazioni di affollamento potenzialmente pericolose e contrarie alle regole di prevenzione del Covid-19. **People Movement Analyzer (Pma)**, ideata e realizzata dal centro ricerche e sviluppo di Telesia, si basa su una tecnologia proprietaria già collaudata dalla società, un sistema di intelligenza artificiale che consente l'analisi statistica in tempo reale dei flussi dei passeggeri nei luoghi di attesa e a bordo dei mezzi. La nuova piattaforma rappresenta l'evoluzione del sistema WeCounter, che da alcuni anni è utilizzato con efficacia per il calcolo dell'audience rivolta agli spot pubblicitari nelle metropolitane, negli aeroporti e in circa 50 stazioni della



rete ferroviaria. Fra i punti di forza di Pma la possibilità di essere integrata in tutti gli schermi già installati nel network GO TV di Telesia. Il sistema comunica i flussi di presenza dei passeggeri con una grafica semplice e intuitiva che permette loro di capire come disporsi all'interno dei bus, sulle banchine di attesa e nei vagoni della metro e consente alle società del Tpl di visualizzare i dati di loro interesse in modo molto intuitivo. La piattaforma è in fase di approfondimento nelle metropolitane di Milano, Roma e Genova.

PIANIFICAZIONE A CURA DI IMMEDIATO MEDIAPLUS

RE/MAX ON AIR SU STAMPA, DIGITAL E TV CON SERVICEPLAN GROUP

RE/MAX, network immobiliare in franchising leader nel mondo con filiali in oltre 100 Paesi, parla agli italiani con una campagna di comunicazione multicanale che celebra l'importanza della casa, luogo che per eccellenza protegge tutto il nostro mondo, sottolineando come vendere e comprare possa essere facile e sicuro, anche in questo periodo. Primo step della strategia, la lettera aperta al Governo firmata da **Dario Castiglia**, CEO & Founder di RE/MAX Italia, veicolata sabato 11 aprile sui media del Gruppo 24 ORE e sui più importanti quotidiani nazionali. L'attività di comunicazione è proseguita sul web con una campagna digital: un video di 10", on air a partire dal 16 aprile per quattro settimane e live sulle principali piattaforme informative, sui social media e su network affini. L'idea creativa, sviluppata da **Serviceplan Italia**, agenzia del **Gruppo Serviceplan**, che collabora con RE/MAX Italia da più di due anni, punta a valorizzare momenti di vita quotidiana trascorsi nella propria abitazione. Il concept "Anche ora, la casa protegge tutto il tuo mondo" si declina



in un video che conferisce emozionalità alle attività che stiamo continuando a svolgere a casa, come cucinare, giocare con i bambini e lavorare in smart working. Terzo step lo spot Tv, on air a partire da domenica 3 maggio sulle principali reti generaliste e caratterizzato da un planning di grande qualità. Il messaggio trasmesso dal claim è chiaro e distintivo: "Noi di RE/MAX, siamo qui per aiutarvi a vendere e comprare casa in tutta sicurezza". La pianificazione è a opera di **InMediaTo Mediaplus**, agenzia media del Gruppo Serviceplan. RE/MAX sceglie così di essere accanto a tutti gli italiani con una comunicazione dai toni limpidi e rassicuranti, garantendo

CREDITS

Agenzia Creativa:
Serviceplan Italia
**Direttore creativo
esecutivo:**
Oliver Palmer
Art Director:
Elena Kratter
Copywriter:
Vittorio Giannotti
Produzione:
Neverest

presenza anche in questo periodo di incertezza che stiamo vivendo.

Telesia (Aim) – Offre al trasporto pubblico uno strumento per gestire i flussi di passeggeri

[Market Insight](#) 05/05/2020 14:20

Telesia, attiva nella GO TV in Italia, offre alle aziende del trasporto pubblico locale People Movement Analyzer, uno strumento tecnologico a supporto della gestione dei flussi dei passeggeri in luoghi quali gli autobus, le stazioni delle metropolitane e i vagoni dei treni.

La nuova piattaforma si basa su una tecnologia proprietaria già collaudata dalla società, un sistema di intelligenza artificiale che consente l'analisi statistica in tempo reale dei flussi dei passeggeri nei luoghi di attesa e a bordo dei mezzi. Fra i punti di forza la possibilità di essere integrata in tutti gli schermi già installati nel network GO TV di Telesia, con grande risparmio di tempi e costi di installazione per i gestori del trasporto pubblico.

Al momento la nuova piattaforma è in fase di valutazione nelle metropolitane di Milano,

Roma e Genova, fra le prime a dotarsi degli strumenti di intelligenza artificiale a supporto della GO TV di Telesia.



Da Telesia la soluzione che consente alle aziende del trasporto pubblico di gestire i flussi dei passeggeri durante la Fase2 dell'emergenza Covid-19

La piattaforma si chiama People Movement Analyzer ed è in fase di approfondimento nelle metropolitane di Milano, Roma e Genova



Telesia, leader della GO TV in Italia, offre alle aziende del trasporto pubblico locale (Tpl) uno strumento tecnologico a supporto della gestione dei flussi dei passeggeri in luoghi quali gli autobus, le stazioni delle metropolitane e i vagoni dei treni, evitando che si verifichino situazioni di affollamento potenzialmente pericolose e contrarie alle regole di prevenzione del Covid-19, che si basano sul rispetto di distanze minime di sicurezza in ogni ambiente.

La soluzione ideata e realizzata dall'avanzato centro ricerche e sviluppo di [Telesia](#) si chiama People Movement Analyzer (Pma) e si basa su una tecnologia proprietaria già collaudata dalla società, un sistema di intelligenza artificiale che consente l'analisi statistica in tempo reale dei flussi dei passeggeri nei luoghi di attesa e a bordo dei mezzi. La nuova piattaforma Pma rappresenta l'evoluzione del sistema WeCounter®, che da alcuni anni è utilizzato con efficacia per il calcolo dell'audience rivolta agli spot pubblicitari nelle metropolitane, negli aeroporti e in circa 50 stazioni della rete ferroviaria.

“Da lunedì 4 maggio 4,4 milioni di italiani hanno ripreso l'attività lavorativa e in parte si muoveranno anche con i mezzi pubblici, i cui gestori sono chiamati a un'attività di monitoraggio e indirizzo dei flussi dei passeggeri molto importante per la loro salute e anche impegnativa nella gestione quotidiana”, dice Gianalberto Zapponini, amministratore delegato di Telesia, quotata all'Aim. “Siamo felici di offrire loro il nostro contributo con una soluzione di facile e agevole installazione, personalizzabile, che si integra con gli altri strumenti utilizzati dalle aziende del trasporto pubblico e che, inoltre, può risultare di grande aiuto anche in altri luoghi molto frequentati come i supermercati, i centri commerciali e gli uffici pubblici”.

Fra i punti di forza della piattaforma People Movement Analyzer la possibilità di essere integrata in tutti gli schermi già installati nel network GO TV di Telesia, con grande risparmio di tempi e costi di installazione per i gestori del trasporto pubblico. Il sistema comunica i flussi di presenza dei passeggeri con una grafica semplice e intuitiva che permette loro di capire come disporsi all'interno dei bus, sulle banchine di attesa e nei vagoni della metro, coadiuvando efficacemente il lavoro svolto dal personale del servizio pubblico. Allo stesso modo consente alle società del trasporto pubblico locale di visualizzare i dati di loro interesse in modo molto intuitivo.

In questo momento la nuova piattaforma è in fase di valutazione nelle metropolitane di Milano, Roma e Genova, fra le prime a dotarsi degli strumenti di intelligenza artificiale a supporto della GO TV targata Telesia.

Telesia S.p.A. opera nel settore dei digital media e della tecnologia. La società, leader nel segmento della GO TV, realizza e gestisce network multimediali che sono diffusi su tutto il territorio italiano: trasmette negli aeroporti (Telesia Airport), nelle stazioni metropolitane (Telesia Metro), a bordo dei bus e dei treni dei metrò (Telesia Bus e Telesia Train) delle principali città italiane. L'attuale network conta circa 5.000 monitor installati in circa 700 location.

Per ulteriori informazioni:

Telesia S.p.A.

Fausto Manfredonia - manfredonia@telesia.it Gian Marco Giura - gmgiura@class.it

#covid19, Featured