

SOMMARIO RASSEGNA STAMPA

Data	Sommaro	Pag
<u>AKSIA</u>	I Big Data arrivano in redazione	1
18.07.2014 Italia Oggi		

tutti i flussi legati alle news e ne registra i picchi. L'errore ricorrente nelle riorganizzazioni redazionali? Strutture troppo centralizzate e con regole interne troppo stringenti», sottolinea Franzini.

Con clienti come Rcs, **Sole 24 Ore**, **Wall Street Journal**, **Washington Post**, **Le Figaro** e **China Daily**, la società tricolore (controllata però dai fondi di private equity Wise e **Aksia Group** tramite Veicolo F al 60% di EidosMedia) guarda il mondo editoriale da un osservatorio privilegiato e Franzini avverte che «i giornali non devono collezionare più Big Data possibili, ma li devono selezionare. In Italia il digitale è demandato troppo ai settori tecnici dell'Information technology. Giornalisti e capiredattori vengono coinvolti poco, ad eccezione forse della **Stampa** di Torino. Del resto, ancor'oggi, le redazioni cartacee e digitali restano spesso

separate».

Alle informazioni dai lettori si aggiungono poi quelle sui lettori: se il futuro dell'informazione online è di essere a pagamento anche in Italia, a giudizio di Franzini, le redazioni dovranno tener conto anche dei profili degli abbonati e di tutti gli utenti profilati. Un po' come fanno già alcune imprese che devono rielaborare molti dati sui consumatori per pianificare strategie marketing. Non è un caso quindi se EidosMedia (con un fatturato di gruppo sui 36 milioni di euro nel 2013 e uno atteso a fine 2014 intorno ai 40 mln) sta diversificando dall'editoria ai settori assicurativo, finanziario e farmaceutico. «Se quest'anno le stime prevedono che il 20% dei ricavi arrivi dai servizi alle banche e il restante 80% ancora dall'editoria», conclude Franzini, «tra due anni puntiamo a generare il 40% del fatturato con le banche, un 10% tra assicurazioni e farmaceutici, per attestare infine l'editoria sul 50%».

—© Riproduzione riservata—■