

## **Newsletter gennaio 2007**

### **ARTICOLI**

**30/12/2006 - LO SVILUPPO DELLA RETE INTERNET E LE FUNZIONI MEDIATICHE  
(a cura di Marco Cecere)**

*Navigare su Internet, basta un semplice click di mouse e ti si apre il mondo. Il mondo dell'informazione con tutta l'infinità dei suoi contenuti. Click, ed ecco apparire davanti agli occhi tutto ciò che si vuole sapere: dalla ricetta di preparazione del tonno degli eschimesi, al momento esatto in cui è stato sperimentato un nuovo cellulare in Giappone, dai titoli di Borsa di New York, all'ultima collezione di borse dei vari stilisti Italiani.*

*Eppure questo semplice gesto, che ormai diamo per scontato, si è insinuato in maniera prepotente solo nell'ultimo decennio. Si perché di Internet, con un altro nome, già si parlava nel 1969, circa quarant'anni fa, quando la NASA, in piena guerra fredda, lo utilizzava come strumento per fornire informazioni, tra i vari reparti, sulle varie spedizioni spaziali. E' stato messo a disposizione di impieghi civili all'inizio degli anni '90, collegando dapprima i principali centri universitari, e raggiungendo poi, in modo più ampio, l'utenza domestica. Si è passati, in neanche mezzo secolo, da un centinaio di utenze, fino ai giorni nostri che se ne contano milioni, basti solo pensare che in Italia si contano oltre 20 milioni di utenti tra connessioni private e business.*

*Tutto il mondo è in rete, non c'è più angolo del pianeta azzurro che non sia toccato da questo servizio. Ci si può fare di tutto: acquistare un PC o vendere giocattoli, prenotare viaggi, essere seguiti da un Personal Trainer a casa come se si fosse in palestra, e tutto con un semplice click.*

*E pensare che qualcuno ha detto all'inizio che Internet era un gioco da ragazzini, e che non avrebbe mai avuto successo... Che mancanza di lungimiranza!*

*Internet è il più grande archivio di informazione mondiale, è un immenso data base dove tutti possono trovare risposte immediate alle proprie richieste. Non c'è da stupirsi dello sviluppo immediato e della marea di consensi che ha ricevuto.*

*Internet è il futuro già presente, in continua evoluzione, perché il mondo cambia, perché l'uomo cambia, e tutto ciò che fino ad oggi sembrava innovativo e all'avanguardia ecco che tra cinque minuti rientra già a far parte dell'archivio storico.*

*Ma fino a che punti riusciremo ad innovare e rivoluzionare questo servizio? C'è un limite ad Internet, che sembra così perfetto e funzionale da non averne?*

**A queste domande non ci sono delle risposte concrete, e quindi non ci resta altro da fare che evolverci assieme ad Internet. Oggi, come ieri, e così sarà domani, con un semplice click.**

**Nel '700, quando non c'erano così tanti strumenti di informazione, un individuo medio, riusciva ad apprendere tutte le informazioni e le notizie che ci possono essere scritte su di un quotidiano moderno come il Corriere Della Sera o la Repubblica, nel corso dell'intera vita. E' una cosa che fa riflettere se pensiamo alle notizie che ci passano davanti agli occhi in tutti i momenti della vita.**

**Oggi siamo invasi dalle notizie grazie ad una fitta rete capillare di media che vanno dai giornali ad Internet, dalla radio alla televisione.**

**Tutto questo ha notevolmente migliorato l'informazione massiva, tutti gli individui hanno la possibilità di conoscere e sapere, leggendo un giornale, guardando la TV o semplicemente navigando su Internet.**

**Ma che funzione hanno i media nella società moderna? E soprattutto, è così fondamentale sapere tutto su tutto e su tutti?**

**La curiosità umana spinge l'uomo a scoprire ed a comprendere. E' fondamentale comprendere il mondo in ogni suo aspetto, perché solo conoscendo le differenze degli altri riusciamo a comprendere meglio chi siamo. Ed ecco che i media di qualsiasi tipo e genere ci aiutano ad informarci sui perché dandoci delle risposte.**

**Alle volte, ci si trova a nutrirsi di informazioni che non ci interessano solo perché il media di turno ce le propria indistintamente, anche perché spesso non c'è stata una suddivisione delle notizie. Così ci si ritrova a guardare servizi sullo sport, quando in realtà volevamo sapere le ultime sulla cronaca.**

**Ma fin qui lo scopo dei media di riuscire a creare un'opinione nella gente e ad informare viene eseguito.**

**Il problema di fondo è che la mente umana di qualsiasi individuo, a qualsiasi età, e di qualsiasi livello culturale, è una spugna che assorbe tutte le informazioni, e che se si continuano a reiterare gli stessi dati, si induce la gente ad informarsi anche su cose che non hanno senso ed a creare falsi miti di importanza, facendo passare in secondo piano le cose davvero importanti.**

**Ed i sistemi di informazione di massa, che conoscono perfettamente questo meccanismo, sembrano marciarci. Ed ecco che persone comuni diventano le stelle del momento senza saper fare niente, le dive sono sempre sulle copertine dei rotocalchi solo perché qualcuno ha deciso così, mentre le notizie che contano, quelle meno futili, passano in sordina.**

**Ci si chiede: ma la gente è davvero così stupida ed ignorante, o sono i media che sono furbi ed astuti?**

**La risposta, in questo caso, sta nel mezzo. I servizi di informazione di massa informano in maniera ottimale solo quello che vogliono fare vedere, e la gente ignorante proclama a mito gente che non lo è.**

**Bisognerebbe spostare tutti i punti di attenzione su altre informazioni. Riuscire a dare importanza alle cose che lo sono realmente. Perché non è giusto che scienziati e ricercatori, che operano per il bene dell'umanità percepiscono "mezzo euro piegato" di stipendio, mentre i calciatori proclamati divi, percepiscano stipendi che un individuo medio non riuscirà a vedere neanche in un'intera esistenza.**

**Questa è la potenza dei media, sono un indiscusso strumento di potere, il più potente che utilizzato in maniera positiva porta a far avere dei benefici per l'informazione e la ricerca, ma che se utilizzato in maniera inadeguata porta a creare fumo negli occhi.**

**In conclusione ben venga la funzione mediatica di informare la gente e di far creare in essa un'opinione... Tutto il resto non conta.**

## **07/12/2006 - NOTIZIE DETTE E NON DETTE... O DETTE PER META'**

**(a cura di Marco Cecere)**

*Nel mare delle notizie che troviamo costantemente sul web, sui giornali, tra le notizie dette alla TV, alla radio, quanto ci viene detto, e quanto viene lasciato nascosto, o semplicemente non rivelato?*

*E giusto informare correttamente la gente per quanto sgradevole possa essere la verità, o è meglio una mezza verità per rendere la realtà più digeribile?*

*Quando cerco di informarmi in maniera oggettiva per crearmi delle opinioni, mi trovo davanti sempre alle opinioni degli altri. I giornalisti si lasciano trasportare dalla passione per esprimere le proprie opinioni, ma io quando mi informo, non ho bisogno di opinioni, ho bisogno di notizie, fatti descritti nella maniera più asettica possibile, voglio crearmi io delle idee, non voglio che vengano influenzate dalle passioni altrui.*

*In generale, dopo un'attenta ricerca e studio da diverse fonti informative, ho notato che le notizie politiche vengono espresse da punti di vista differenti in base all'appartenenza politica dei direttori di TG o delle testate giornalistiche, e quindi si hanno visioni di destra o di sinistra riuscendo a leggere solo delle mezze verità, perché tendono preferibilmente ad esprimere solo i vantaggi ed i pregi di questo o quel partito e denigrano l'opposizione... Per comprendere meglio la politica bisogna guardare soprattutto i difetti dei partiti espressi dalla controparte, sono così cattivi e spregiudicati a tirarsi pugnalate, che si riesce ad avere un quadro chiaro della situazione.*

*Poi ci sono le notizie stagionali, quelle che variano al variare della moda del momento, o all'accadimento, finendo poi nell'oblio non riscontrando più alcun interesse da parte del lettore, ma mantenendo sempre e comunque un certo livello d'importanza...*

*Ci sono le notizie giornalieri, per l'appunto quotidiane, alcune che sembrano facciano scambussolare l'intero mondo, ma poi si spengono come una miccia che ha preso dell'acqua: accuse talmente forti che sembra che ne salti fuori un caso nazionale e poi... Chissà chi le mette a tacere...?*

*Si spazia dalla cronaca rosa, alla nera come scartare e mangiare le caramelle... Vengono pubblicate servizi così inutili che si rimane allibiti, come se alla gente possa interessare davvero che cosa facciano i divetti della TV, o su quante gocce di sangue sono state sparse mentre veniva accoltellata la povera vittima di turno.*

*Le notizie ecologiche non vengono prese neanche in considerazione. Siamo su di un pianeta che si sta surriscaldando come un forno a microonde, i ghiacciai si sciolgono, a momenti abbiamo i pinguini ai tropici, l'acqua sta per finire, come il petrolio, e nessuno si preoccupa di cosa ci accadrà. Del trattato di Kyoto si è parlato solo al momento della stipulazione dell'accordo, e non vengono mai accusati gli stati che non lo rispettano, meglio guardare la fotomodella di turno che sniffa l'inverosimile, magra come un chiodo, e idolatrarla come icona, piuttosto che apprezzare i premi nobel per la ricerca...*

*E non si può dare tutta la colpa al pubblico, che come spugna assorbe costantemente input fuorvianti, la colpa è di chi propina le notizie e di chi approva il fatto che esse vengano pubblicate. Alcune immagini sono raccapriccianti come guardare un film Horror, e tutto per aumentare le vendite di quotidiani ed aumentare l'auditel di certi telegiornali. Anche qui i soldi la fanno da padrone a discapito di un servizio qualitativo più alto... E l'informazione rimane un altro modo per fare arricchire la gente.*

***Sia ben inteso: è chiaro che chi lavora deve prendere i soldi per il lavoro svolto, ma non si può fare una scelta più accurata delle notizie, mettendo in primo piano quelle davvero importanti e lasciando un piccolo spazio a quelle secondarie??? In Italia è esattamente l'opposto: il superfluo è esaltato e si ritrova come notizia di apertura dei TG ed occupa pagine e pagine di giornali, l'importante è nascosto o mezzo rivelato, è già tanto che lo si trova in minuscoli trafiletti.***

## **02/12/2006 - IL RUOLO DEI PUBBLICISTI - REPORTER RICERCATORI/TRICI (a cura di Marco Cecere)**

***In un mondo dove tutto è diventato informazione, dove la curiosità si spinge oltre i confini conosciuti, in un mondo dove l'informazione viene continuamente "bruciata" da nuove informazioni ed input, ecco che la comunicazione di base ha bisogno di sostegno per poter far conoscere a tutti in maniera adeguata e corretta le notizie.***

***Il pubblicista, assieme ai giornalisti, entra attivamente in questo processo, dando un valido aiuto all'interno delle redazioni, proponendo, su commissione, articoli che spaziano su qualsiasi genere.***

***Chi sono i pubblicisti: sono coloro che svolgono attività giornalistica non occasionale e retribuita anche se esercitano altre professioni o impieghi. (Art. 1 IV comma della legge n. 69/1963). Questo secondo legge, ma che ruolo svolgono effettivamente all'interno del processo comunicativo ed informatico? Un pubblicista può essere considerato un giornalista a tutti gli effetti anche se durante il giorno fa il meccanico o la casalinga?***

***Un pubblicista è effettivamente un giornalista che sta iniziando la carriera, come si usa dire in gergo tecnico, che sta facendo la gavetta, la quale porta a creare un professionista del settore dell'informazione.***

***Il ruolo del pubblicista e quello di creare articoli, di cercare le informazioni, raccoglierle e rielaborarle, per poterle esporre in maniera che possano essere alla portata di tutti, informazioni che non devono essere di parte ma che informino in modo da creare un'opinione personale.***

***Con l'evoluzione dei sistemi informatici, da internet ai videocellulari, la possibilità di raccogliere informazioni ed inviarle si è notevolmente velocizzata, rendendo più semplice il processo di raccolta dei dati agevolando tutti coloro che lavorano nelle redazioni, compreso il lavoro dei pubblicisti che spesso si ritrovano a lavorare non dalla sede principale ma anche da altre locazioni.***

***Oggi tra le varie testate giornalistiche, siti web, radio e televisione si ha sempre più bisogno di persone che sappiano comunicare e ricercare dati, che vadano ad integrare all'interno delle redazioni il lavoro dei giornalisti, ed il pubblicista rappresenta la forma più veloce per raccogliere notizie su tutti i settori. Oltre ai vantaggi di questa situazione si rilevano però degli svantaggi, la saturazione del mercato dei pubblicisti ha creato dei problemi sia a livello prettamente burocratico che a livello di rapporto con i giornalisti stessi.***

***E giusto che tutti possano intraprendere la carriera del giornalista passando dal pubblicismo senza avere i requisiti adatti? La risposta è un no secco, come in ogni settore bisogna avere la preparazione adeguata, e con preparazione non si intende la laurea, in un discorso più ampio la dote dello saper scrivere per comunicare, e la curiosità per andare a fondo nelle cose. Ci sono molti laureati che pur essendo tali non hanno questa capacità, e ci sono molti manovali che pur essendo tali, con quattro parole riescono a spiegare il mondo.***

***Nel frattempo i pubblicisti hanno acquisito una buon parte del mercato dell'editoria, e sono inseriti in maniera attiva in tutti i campi dell'informazione, è sufficiente aprire siti internet e digitare sui motori di ricerca per capire quante persone scrivono, al di***

*là del livello qualitativo dei testi, dell'intelligenza personale, delle motivazioni che si hanno per scrivere. Tutti scrivono lasciando ampia possibilità di scelta a chi consulta le informazioni.*

*Per finire, che uno sia pubblicista, giornalista, reporter l'importante è comunicare, avere qualcosa da dire e riuscire a fornire informazioni chiare e veritiere.*

## **INTERVISTE**

### **INTERVISTA A FELIX LAMMARDO, PRESIDENTE ASSOCIAZIONE NAZIONALE GIORNALISTI WEB**

**- Come e quando nasce Angiweb? E con quali finalità?**

"Angiweb nasce con l'intento di raccogliere i giornalisti che operano sul web per valorizzarne il profilo professionale. E' uno spazio di coinvolgimento e di confronto che si pone l'obiettivo di mantenere elevati criteri di oggettività e competenza propri dell'attività giornalistica svolta in rete. Crediamo fortemente nella capacità di penetrazione del giornalismo telematico, nella sua straordinaria portata innovativa e nel suo ruolo positivo di stimolo nei confronti degli altri media. Tra le nostre prospettive c'è anche l'idea di creare un gruppo di lavoro per la qualificazione della legislazione sulla stampa online, in un momento in cui diventa urgente il bisogno di un'informazione realmente affidabile. Siamo un'associazione aperta, che intende raccogliere le professionalità che si vogliono distinguere dal carro carnascialesco dell'informazione improvvisata e parziale".

**- Quali sono gli obiettivi a breve e a lungo termine dell'Associazione?**

"L'informazione online ha maturato la necessità di punti di riferimento precisi, soprattutto di natura deontologica. La portata rivoluzionaria della comunicazione in rete si configura come una sfida: la disponibilità delle notizie al grande pubblico è immediata, ma contro l'information overload è sempre più essenziale il filtro di figure professionali. L'accesso ad un volume sempre maggiore di dati non corrisponde alla qualità dell'informazione. Per questo occorre anzitutto garantire la qualità dei contenuti offerti ai lettori. Il nostro scopo principale e immediato è quello di promuovere il valore del mestiere giornalistico messo a confronto con i mezzi telematici. Obiettivi a lungo termine sono la formulazione di un codice etico e deontologico e la preparazione di iniziative di aggiornamento culturale, di protezione del diritto d'autore e di miglioramento degli accessi alla professione".

**- Quali sono le più grandi difficoltà che il mondo della giornalismo online italiano si trova ad affrontare in questo periodo?**

"La nuova frontiera del giornalismo ha inaugurato una fase caratterizzata da un'interazione con i lettori senza precedenti. Grazie ad internet la notizia diventa subito disponibile; la struttura ipertestuale, l'interattività, la possibilità di commentare, i sondaggi e le news on demand fanno del web uno spazio attivo, che ospita un flusso vivo di aggiornamenti. Tutto questo ha bisogno di competenze, ma in Italia la riflessione sul giornalismo web è ancora povera e bisognosa di slanci. Questo non dipende tanto dalla novità del mezzo, quanto dall'assenza di una metodologia che fornisca punti di riferimento a chi voglia apprendere le tecniche dell'informazione fondata su internet. Inoltre c'è di fatto una forma di discriminazione, in termini di tutele, nei confronti dei giornalisti web rispetto ai loro colleghi che lavorano su carta, in tv o in radio. Il primo passo è organizzarsi e lavorare insieme per migliorare la condizione di quella che è ormai una categoria".

**- Carta stampata e Internet. Chi la spunterà?**

"E' inequivocabile che, di fronte alla rivoluzione mediatica in atto, il futuro imponga delle trasformazioni per tutti i mezzi di comunicazioni tradizionali. La carta stampata

ha costi più elevati rispetto alla sua controparte digitale. Questa è una difficoltà non trascurabile, che nel giro di quattro o cinque anni diventerà un vero problema. Dipenderà dall'intelligenza degli editori e dalla professionalità dei giornalisti raccogliere la sfida. In ogni caso, nell'immediato, non si può vedere un futuro post-cartaceo. La carta stampata continuerà a coesistere insieme ai siti di informazione, ma dovrà rendere più appetibili le sue caratteristiche, magari connotando maggiormente il suo ruolo di approfondimento e aumentando gli spazi del giornalismo d'inchiesta. Il dato interessante è che gli italiani stanno imparando ad accostarsi ad un maggior numero di media per assolvere ai bisogni informativi e comunicativi".

*- Quale deve essere l'impegno delle Istituzioni e delle Associazioni di settore per promuovere l'editoria online?*

"Con la complicità della diffusione della connettività a banda larga e della alfabetizzazione informatica, nello scenario dei portali i notiziari diventeranno un servizio sempre più importante. Sul computer le news sono accessibili, dirette, rispondono al bisogno di aggiornarsi in tempo reale e sono molto spesso gratuite. Ora si tratta di assicurarne la qualità. Tra gli italiani la televisione rimane al massimo posto come fonte di informazione, ma internet è il medium che risponde meglio alle aspettative. Secondo l'ultimo rapporto del Censis, chi vuole informarsi ricorre per il 90 per cento alla Tv e solo per il 29 per cento al web, ma sono i siti internet d'informazione ad essere al primo posto in termini di soddisfazione ottenuta dall'uso. Un dato incoraggiante e allo stesso tempo pericoloso. C'è il rischio che il prodotto editoriale elettronico si uniformi all'utente, mentre dovrebbe conservare la propria autonomia e il proprio valore, per quanto possibile, anche al di là delle logiche di mercato. Uno dei pericoli è quello di inseguire il clic a tutti i costi confezionando contenuti che abbiano il solo scopo di generare traffico a fini statistici. Gli editori e le Associazioni di settore dovranno evitare l'appiattimento verso il basso".

*- Quali consigli si sente di dare ai giovani che vogliono fare dell'informazione online il loro futuro settore professionale?*

"Posso suggerire una regola che, secondo me, vale per il giornalismo in generale: non scambiare questo mestiere per un inginocchiatoio. Camminare a testa alta, consapevoli della preziosa funzione culturale, civile e sociale del buon giornalista. Il giornalismo telematico offre l'opportunità di formare nuove leve capaci non solo di gestire le notizie in modo dinamico e innovativo, pur senza rinunciare alla correttezza espressiva, ma anche di sottrarsi alla seduzione delle scorciatoie clientelari. Bisogna fare pratica, sapendo però rinunciare alla piccola camorra degli speculatori. Meglio trovarsi un altro lavoro anziché essere sfruttati. Per andare avanti consiglio di scrivere il più possibile e prendere dimestichezza con la cronaca, soprattutto quella di provincia, la migliore palestra per rendere scorrevole la penna o la digitazione che dir si voglia. Rimane forte il fascino esercitato da questa professione sui giovani, spesso invasi da un sacro fuoco che li porta ad accantonare per intemperanza e fretta quanto c'è di più importante: lo studio e la meticolosa documentazione. Suggerisco di fare quello che ho fatto io: inventarsi, proporre, creare. Per sua natura l'informazione online non ha bisogno di baronismi, ma di giovani che sappiano fare della propria vocazione appassionata una professione rigorosa".

## **NOTIZIE**

### **CITIGROUP LANCIA LA SESTA EDIZIONE DEL "JOURNALISTIC EXCELLENCE AWARD"**

**21/12/2006 - Il giornalismo economico-finanziario può svolgere un ruolo centrale per garantire il funzionamento equo ed efficiente del sistema nel suo complesso. All'abilità del giornalista nel fornire il proprio contributo, insieme critico e propositivo, contribuisce in modo fondamentale la possibilità di contare su una formazione professionale solida e internazionale. E' su queste premesse che si fonda l'impegno di Citigroup nel garantire concrete opportunità di approfondimento ai professionisti più meritevoli in questo campo. Prende dunque oggi il via la sesta edizione italiana del Premio Citigroup Journalistic Excellence Award, ideato a livello internazionale nel 1982 e introdotto in Italia nel 2002. La Giuria dell'edizione 2007, come nelle precedenti edizioni, è composta esclusivamente da personalità istituzionali indipendenti: Franco Abruzzo, Presidente dell'Ordine dei Giornalisti della Lombardia; Massimo Capuano, Amministratore Delegato di Borsa Italiana Spa; Angelo Provasoli, Rettore dell'Università Luigi Bocconi; Luigi Spaventa, Professore di Economia Politica dell'Università di Roma; Terri Thompson, Direttrice del Knight Bagehot Fellowship in Economics and Business Journalism alla Columbia University; Giacomo Vaciago, Direttore dell'Istituto di Economia e Finanza dell'Università Cattolica del Sacro Cuore; Giuseppe Zadra, Direttore Generale dell'ABI. Da questa edizione entra nella Giuria del Premio anche Anna Gervasoni, Direttore Generale dell'AIFI (Associazione Italiana Private Equity and Venture Capital).**

**Il giornalista designato avrà l'opportunità di prendere parte, insieme agli altri vincitori provenienti da tutto il mondo, all'International Journalists Seminar, un programma specializzato di due settimane, didatticamente pari a un Master, presso la Columbia Graduate School of Journalism di New York. Il seminario rappresenta un'iniziativa di formazione unica nel suo genere, che non trova corrispondenti in altri Paesi del mondo. In ciascuna edizione del Premio sono affrontati temi di stretta attualità e di particolare rilevanza per l'industria finanziaria internazionale. Inoltre, durante il seminario, i partecipanti avranno la possibilità di incontrare alcuni prestigiosi nomi del mondo dei media, dell'economia e della finanza internazionale, con l'opportunità di realizzare anche corrispondenze dirette per la propria testata. Tra le personalità di spicco intervenute ricordiamo William Donaldson, Rik Kirkland, William Mc Donough, Robert Rub in, Jeffrey Sachs e John Williamson.**

**I giornalisti che desiderano partecipare al concorso avranno tempo fino al 12 gennaio 2007 per presentare un articolo pubblicato nel corso dell'anno 2006. L'articolo verrà poi sottoposto alla Giuria in forma anonima (sia di testata sia di autore), in modo da garantire un giudizio imparziale basato esclusivamente sui contenuti dell'articolo. I criteri con cui i giurati valuteranno gli articoli riguardano l'originalità e la presenza di contenuti innovativi, la capacità di analisi e approfondimento delle tematiche trattate, l'utilizzo di ricerche e/o interviste nonché la capacità di stimolare un dibattito. Nessuna limitazione invece per quel che riguarda le tematiche, sulle quali viene lasciata completa libertà all'interno del campo economico-finanziario.**

**Presente in Italia fin dal 1916, Citigroup gode oggi di una presenza consolidata in tutte le aree di business in cui è attiva sul mercato italiano. Ulteriori informazioni sul sito [www.citigroup.com](http://www.citigroup.com)**

## **NASCE FICTION TV, IL PRIMO MENSILE DEDICATO A TUTTE LE SERIE TELEVISIVE ITALIANE E STRANIERE**

*20/12/2006 – FICTION TV, la nuova rivista mensile edita da Nuov@ Periodici Italia, sarà in tutte le edicole a partire dal 29 dicembre 2006.*

*Dedicata alle serie televisive italiane e straniere, FICTION TV si propone di intrattenere, divertire e informare, in modo intrigante e intelligente, tutti gli appassionati del genere.*

*Formato 21x28 cm, prezzo di copertina di 2,90 euro e tiratura di 100.000 copie , FICTION TV nasce in un momento di grande successo per le serie televisive, che raggiungono cifre record in termini di ore di programmazione sulle emittenti televisive (più del 20% sul totale della programmazione), e soprattutto in un momento in cui le fiction di produzione italiana sono seguite ogni sera, come confermano i dati Auditel, da milioni di telespettatori.*

*Sull'onda di questo crescente interesse, FICTION TV si propone come strumento di approfondimento su tutto ciò che ruota attorno al mondo delle fiction, per colmare il vuoto editoriale relativo alle produzioni italiane, sempre più valide sotto il profilo tecnico e artistico. Il primo numero in edicola avrà, infatti, come cover story RIS 3 , la terza stagione di una serie molto attesa ed esportata all'estero, con tutti i retroscena e le interviste ai protagonisti.*

*Oltre a questo, su FICTION TV trovano spazio le curiosità, gli approfondimenti e i dietro le quinte delle serie italiane e straniere di maggior successo, la guida ai programmi in onda e le iniziative speciali, come I Bellissimi di FICTION TV , gli attori preferiti dal pubblico votati dai lettori della rivista.*

*Allegato a questo primo numero un regalo editoriale di grande richiamo, uno speciale di 32 pagine con tutti i misteri, i numeri e i protagonisti della serie culto di tutti i tempi: LOST.*

*Il lancio di FICTION TV è supportato da una campagna pubblicitaria sulle reti Mediaset, in radio sulle principali emittenti italiane, locandine nelle maggiori città, spazi attenzionali presso gli aeroporti, stampa e siti web di settore e di Nuov@ Periodici.*

## **CONVENTION FREE CONSULT: FORUM SUL FENOMENO DEL BLOG E SULLA PROFESSIONE FREE LANCE**

*16/12/2006 - Giovedì 14 Dicembre, a Milano, si è tenuta l'ottava convention semestrale della Free Consult, l'associazione professionale dei consulenti free lance.*

*Nel corso dell'evento, è stato dedicato un apposito duplice forum ai temi della web communication tramite blog e del vissuto professionale free lance.*

*I lavori sono stati introdotti dal Presidente della Free Consult, Marco Mancinelli, il quale ha tenuto a sottolineare l'ampia ed innovativa portata del fenomeno dei blogs aziendali e professionali.*

*"Un numero crescente di consulenti ed esperti italiani di marketing, di comunicazione e di servizi alle imprese ha attivato un proprio blog personale al fine di dotarsi di un innovativo ed interattivo canale di informazione e di confronto sia con i colleghi di settore che con i propri targets di riferimento", ha dichiarato Marco Mancinelli.*

*Alex Pasini, esperto svizzero di comunicazione e special guest dell'evento, ha rimarcato come il fenomeno blog stia diventando uno strumento capace di supportare efficacemente anche le aziende di tutti i settori nella preziosa attività di comunicazione rivolta ai propri clienti.*

*Nell'ambito della seconda parte del forum, dedicata al vissuto professionale dei consulenti free lance, in linea con gli interventi di vari associati, Marco Mancinelli ha affermato che "il ruolo del free lance ha assunto certamente maggiore autorevolezza rispetto al passato, ma, ancora", ha aggiunto, "persistono strani e reiterati atteggiamenti da parte di alcuni operatori della business community italiana i quali, pur coinvolgendo i free lance, in particolare i più giovani, in progetti di qualità, tendono a non riconoscerne l'autorevolezza né delle competenze specialistiche e né del lavoro svolto, ricorrendo a forme di retribuzione non adeguate e, in alcuni casi, addirittura irrisorie, assolutamente indegne di un committente serio e che intende, ma ovviamente solo a parole, sviluppare progetti qualificati".*

*La prossima convention della Free Consult è prevista per il Luglio 2007.*

#### **RADIO ALZO ZERO SUPERA IL TRAGUARDO DEI 4 MILIONI DI VISITE**

*16/12/2006 - Tagliato lo storico traguardo dei 4 milioni e mezzo di contatti nel solo mese di novembre. Radio Alzo Zero, web radio di cultura, informazione e intrattenimento festeggia la fine del 2006 raggiungendo un obiettivo importante. "Non poteva esserci Natale migliore per noi - commenta il direttore, Valerio Lo Monaco -. Siamo un media libero e indipendente che vuole intrattenere e informare con dedizione senza supervisione politica ed economica del mainstream". Una redazione che produce sette ore di trasmissioni in diretta, 14 notiziari di informazione ogni giorno e tanta musica di qualità. Il format di punta è Parola di Blogger, trasmissione che da voce e spazio al mondo dei blog, che torna in onda da gennaio, ogni pomeriggio dalle 18 alle 20, con tante novità. "Ci stiamo attrezzando per fare un ulteriore salto di qualità - continua Lo Monaco - e continueremo a puntare anche sui podcast dei nostri format che vengono scaricati quotidianamente da migliaia di persone e rappresentano per noi una grande risorsa". Per avere un'idea precisa del palinsesto di Radio Alzo Zero, basta collegarsi al sito: [www.radioalzozero.net](http://www.radioalzozero.net). Intanto, da circa due mesi, la prima web radio italiana (secondo i dati diffusi) ha un nuovo direttore editoriale: si tratta di Roberto Zarriello, giornalista ed esperto di nuovi media che, tra l'altro, è autore del libro "Penne Digitali" sul web journalism.*

#### **AL VIA LA 15° EDIZIONE DEL PREMIO LORENZO NATALI DI GIORNALISMO**

*15/12/2006 - La Commissione europea ha annunciato la 15a edizione del premio Lorenzo Natali di giornalismo, riservato ai giornalisti che tra il 1° settembre 2005 e il 31 dicembre 2006 hanno pubblicato nella stampa o su internet un articolo sulla difesa dei diritti dell'uomo o della democrazia.*

*Premi in denaro, per un totale di 50.000 euro, saranno assegnati ad articoli particolarmente pregevoli pubblicati sulla stampa e su Internet.*

*La Commissione europea assegnerà premi in ciascuna delle cinque regioni cui è aperto il concorso: Africa, Asia e Pacifico, Europa, America Latina e Caraibi, Stati arabi più Iran e Israele.*

*La Commissione europea ha istituito nel 1992 il premio Natali per commemorare Lorenzo Natali, che è stato commissario europeo per la cooperazione allo sviluppo e strenuo difensore dei diritti umani.*

*Le candidature vanno inviate al sito [www.nataliprize.eu](http://www.nataliprize.eu) entro il 31 gennaio 2007.*

#### **I VINCITORI DELLA XIII EDIZIONE DEL PREMIO GIORNALISTICO NAZIONALE "NATALE UCSI 2006"**

*12/12/2006 - L'Unione della stampa cattolica di Verona comunica i vincitori della tredicesima edizione del Premio Giornalistico Nazionale "Natale Ucsi 2006"*

**intitolato alla memoria di Giuseppe Faccincani. Il concorso è stato organizzato dall'Ucsi in collaborazione con Ufficio regionale comunicazioni sociali della Conferenza episcopale del Triveneto, Società Cattolica di Assicurazione, Banco Popolare di Verona e Novara, Società editrice Athesis, Provincia di Verona, Fondazione Toniolo di Verona, con il patrocinio dell'Ordine dei giornalisti del Veneto.**

**I premi saranno assegnati sabato 23 dicembre alle ore 11 nella Sala Arazzi del Municipio di Verona alla presenza del sindaco Paolo Zanotto, del presidente della Provincia Elio Mosele, del responsabile dell'Ufficio comunicazione della Conferenza episcopale triveneta don Bruno Cescon, dei presidenti regionale e veronese dell'Ucsi Angelo Squizzato e Maria Fiorenza Coppari.**

**Il concorso promuove fra i giornalisti italiani non solo l'impegno alla denuncia dei diritti umani negati, ma anche l'attenzione alle azioni tese a migliorare le situazioni di fragilità e disagio sociale. E' articolato in varie sezioni, una delle quali, la targa Athesis, riservata ai giovani collaboratori. Una sezione speciale, intitolata "Il genio della donna" in riferimento al pensiero di Giovanni Paolo II, valorizza le notizie che abbiano per protagoniste donne che si dedicano al prossimo in difficoltà con particolare impegno. La sezione "Obiettivo uomo" è dedicata anche ai fotoreporter e premia la miglior foto che esprima un gesto di solidarietà umana.**

**Quest'anno il concorso ha registrato una larghissima partecipazione. La giuria ha vagliato 233 servizi presentati da 135 giornalisti di quotidiani, periodici e televisioni di tutta Italia. Sono stati decretati i vincitori suddivisi nelle 6 sezioni del concorso, una in più rispetto all'anno scorso, più delle segnalazioni speciali di merito da parte della giuria.**

**Il Premio Ucsi-Società Cattolica di assicurazione alla stampa è stato vinto da Marco Mathieu del periodico "GQ" con tre articoli: "La legge del fiume", "Gente di Kabul" e "Chernobyl 2006". Rio delle Amazzoni, Kabul e Chernobyl. Tre scenari di umanità calpestata, ma non vinta, denunciati e documentati con straordinaria incisività.**

**Per questo premio sono state attribuite due segnalazioni di merito, una per Emanuele Boffi della testata Tempi, con l'articolo "Carlo filu 'e ferru", storia di sofferenza che diventa speranza per gli altri; l'altra segnalazione è per Stefano Liberti de Il Manifesto con l'articolo "Bimbi stregoni, i rifiutati di Kin-la-Belle", efficace inchiesta su un dramma nascosto di bambini considerati "stregoni" in Congo.**

**Il Premio Ucsi-Società Cattolica di Assicurazione alla televisione è stato assegnato a Maria Barresi di Rai International, con il servizio "Vittoria contro il racket", una coraggiosa denuncia del fenomeno endemico del racket in Calabria.**

**Per questa categoria sono state assegnate due segnalazioni speciali per due giornalisti: Clara Iatosti di Sat 2000, con il servizio "Vita per la vita", forte testimonianza di una mamma che di fronte alla malattia ha scelto di donare la vita; il secondo segnalato di questa categoria è Mario Placidini di Telelazio Rete Blu, con il reportage "Socializzando", presentazione della positiva esperienza di una vera integrazione dei diversamente abili.**

**Ai premi tradizionali, è stato aggiunto quest'anno il "Premio Speciale Giuria". Il premio è stato attribuito ad Alessia Maccaferri de Il sole 24 ore, con gli articoli "In Italia nasce l'imprenditore filantropo", "Così nasce la filantropia all'italiana" e "L'impresa della generosità", perché ha testimoniato con i suoi servizi giornalistici il significato dell'applicazione dei valori etici nell'intrapresa economica; e ai giornalisti de L'Arena per l'impegno corale profuso per documentare e trasmettere i valori della visita del Papa Benedetto XVI a Verona. Evento straordinario per la città.**

**La "Targa Athesis" destinata dal gruppo editoriale al miglior servizio realizzato da un collaboratore con età inferiore a 30 anni, è stata aggiudicata a Francesca Bellemo del settimanale "Gente Veneta" con il reportage "Nel paese del male invisibile" che racconta toccanti vicende di bimbi sofferenti per le ferite non rimarginate del dramma di Chernobyl.**

**Il "Premio Obiettivo Uomo", patrocinato dalla Fondazione Toniolo di Verona è stato vinto dal fotografo Stefano De Luigi con la fotografia "Abdu 7 anni si tiene alla gonna della sua assistente sociale nell'orfanotrofio n 5 di Kigali/Ruanda". Il dramma della cecità nei paesi in via di sviluppo ha il volto di Abdu, 7 anni, fotografato mentre si tiene alla gonna della sua assistente sociale nell'orfanotrofio n. 5 di Kigali in Ruanda scattata nel giugno 2006 e pubblicata nel settembre 2006 su Geo Italia.**

**Per questo premio una menzione speciale della giuria è stata destinata a Annalisa Monfreda con "A occhi chiusi sul mondo", per aver segnalato con un reportage di straordinario interesse, un'umanità sofferente e misconosciuta.**

**Il Premio "Il Genio Della Donna" patrocinato dalla Provincia di Verona è stato assegnato a Marta Allevato di La Chiesa che soffre, con il "La scheda relativa all'Indonesia" all'interno del "Rapporto 2006 sulla libertà religiosa nel mondo" per aver messo a fuoco, con una documentata e attenta inchiesta sulla condizione femminile in Indonesia, il problema della libertà religiosa.**

**La segnalazione di merito per questo premio è stata aggiudicata a Tommaso Bisagno con "Purtroppo non è un film" pubblicato sul settimanale L'azione, per aver presentato con ottimo stile giornalistico il travaglio di una donna dell'est vittima di una catena di schiavitù.**

**Il Premio "Giornalisti & Società: la professione giornalistica al servizio dell'uomo" della Conferenza Episcopale del Triveneto è stato infine aggiudicato al giornalista Vincenzo Rosario Spagnolo con gli articoli "Viji, clandestino col passaporto nuovo di zecca", "Sudafrica, 50 anni dopo. Ruth e Gertrude, le donne- coraggio che per prime sfidarono l'apartheid", "Bambini da marciapiede comprati per 5 euro", con cui ha trasferito nella professione i valori della promozione umana maturati in un percorso di personale impegno nel volontariato, in modo semplice e non retorico.**

## **I VINCITORI DELLA IV EDIZIONE DEL PREMIO INTERNAZIONALE ALFREDO CATTABIANI-CITTÀ DI CIVITAVECCHIA**

**10/12/2006 - Martedì 12 dicembre alle ore 17 si terrà al Teatro Traiano di Civitavecchia la cerimonia di premiazione della IV edizione del Premio Alfredo Cattabiani-Città di Civitavecchia fondato dall'Associazione Culturale "Il Simbolario" alla memoria dello scrittore studioso di simbolismo, storia delle religioni e tradizioni popolari, deceduto prematuramente dopo una lunga malattia. Il Premio, finanziato dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Civitavecchia, è organizzato in collaborazione con la Libreria Dettagli di Civitavecchia ed è patrocinato dal Comune di Civitavecchia-Assessorato alla Cultura, dall'Assessorato alla Cultura della Regione Lazio e dall'Assessorato alle Politiche Culturali della Provincia di Roma. Si realizza con il contributo della Cassa di Risparmio di Civitavecchia, la ditta Molinari, l'Autorità Portuale di Civitavecchia, il Monte dei Paschi di Siena.**

**Il Premio, ideato proprio da Cattabiani, si articola in quattro sezioni e ha fra gli obiettivi principali quello di contribuire a valorizzare culturalmente il territorio dove lo scrittore ha vissuto gli ultimi anni di vita; e di segnalare le opere che si ispirano ai valori universali e permanenti che fondano la nostra vita sociale e individuale, e appartengono sia alla cultura laica sia a quella di ispirazione religiosa. Nell'ambito della premiazione verrà ricordata la figura di Alfredo Cattabiani che è diventato con le sue opere (Florario, Planetario, Volario, Acquario, ecc.) un punto di riferimento,**

**specialmente per i giovani, per la diffusione e lo studio della cultura tradizionale cui fanno parte i simboli, le religioni, i miti, le tradizioni e gli usi e costumi dei popoli.**

**La giuria tecnica, del Premio Internazionale Alfredo Cattabiani-Città di Civitavecchia, composta dagli scrittori e giornalisti Maria Luisa Spaziani, Gianfranco De Turris, Simonetta Bartolini, Giano Accame, Marino Sinibaldi, Giuseppe Sermonti, Marco Bussagli, Fausto Gianfranceschi, Massimo Onofri, Marina Cepeda Fuentes, ha scelto fra gli oltre quaranta titoli che hanno concorso all'edizione 2006: "Immortalità dei simboli. Da Babilonia a oggi" dello studioso di assiriologia prof. Stefano Seminara, che apre finalmente una porta importantissima per la comprensione del mondo dei simboli, oggetto di studio fra l'altro dei libri di Cattabiani; e il volume dello storico, allievo di De Felice, prof. Giuseppe Parlato, "Fascisti senza Mussolini. Le origini del neofascismo in Italia, 1943-1948": un libro che mette in luce particolari di quegli anni totalmente inediti. Oggetto di recentissimi dibattiti nei media. I due studiosi hanno vinto ex aequo la IV edizione dell'ormai ambito Premio.**

**Per la sezione giornalistica, Premio Alfredo Cattabiani Civitavecchia-Porta del Mediterraneo la giuria ha scelto il programma televisivo di Sat2000 "42.12 Nel Mediterraneo d'Europa", ideato e condotto dal giornalista Sergio Canelles, per il suo contributo alla conoscenza dei popoli che si affacciano sul mare nostrum: dalla sofferenza delle popolazioni martorate dalle guerre ai problemi della contaminazione delle acque alle feste popolari.**

**Per la sezione Premio A.Cattabiani Città di Civitavecchia –Tradizione, che premia uno studioso della storia e/o delle tradizioni italiane, la Giuria Tecnica, composta da Massimo Tosti, Camilian Demetrescu, Rita Delcroix, Carlo Falzetti, Massimo Fornicoli, Pier Salvatore Maruccio, Luciano Pranzetti, Maria Zeno, ha scelto come vincitore per l'edizione 2006 il bellissimo volume, con stupende illustrazioni, della prof.ssa Chiara Frugoni, "Una solitudine abitata. Chiara d'Assisi", dove per la prima volta si parla dell'importanza di Santa Chiara nel monachesimo femminile del Medioevo e si ha una panoramica completa della sua iconografia.**

**Il libro della Frugoni, notissima medievista, ha vinto in una rosa di titoli di grande interesse fra cui "Una solitudine abitata. Chiara d'Assisi" di Chiara Frugoni (Laterza); "Il mistero della Sindone" di PierLuigi Baima Bollone (Priuli Verlucca); "Salento. Il mare, la terra, l'arte" di Carlos Solito (Besa Editrice) e "Arte e Alchimia in età romanica" (Le metope del Duomo di Modena) di Stefano Minarelli (Aedes Muratoriana) al quale è andato il Premio Speciale della Giuria.**

**Infine verrà dato un riconoscimento speciale per la "Testimonianza civica", alla presenza dell'Ambasciatore dell'Honduras, alla famiglia di Iris Noelia Palacio Cruz, la coraggiosa bambinaia honduregna morta l'estate scorsa per annegamento: la ventisettenne Iris non esitò a tuffarsi nel mare mosso per le forti correnti, in soccorso della piccola Letizia Vassallo che rischiava di morire annegata. A Iris il presidente della Repubblica Giorgio Napolitano ha concesso, motu proprio, la medaglia d'Oro al Valor Civile.**

**Alla Cerimonia di Premiazione interverranno, in onore dei premiati e degli ospiti, la cantante Francesca Russo e il quartetto d'archi di Roma "La Sibilla" diretto da Marco Werba; mentre gli attori Clara Berna, Giorgio Dante, Gianni Licata e Francesca Santini dell'Atelier di Danza-Teatro "El Mirabrás" leggeranno alcuni brani delle opere premiate.**

**AVANTI!: NUMERO SPECIALE PER I 110 ANNI**

**07/12/2006 - Centodieci anni fa, il 25 dicembre 1896, uscì il primo numero dell'Avanti!. A questo anniversario il quotidiano socialista dedica un'ampia edizione**

*speciale in edicola mercoledì 13 dicembre che in 24 pagine ne ripercorre tutta la storia.*

*A fondare il giornale furono coloro che quattro anni prima a Genova avevano dato vita al Partito socialista. Il primo direttore fu Leonida Bissolati, esponente di punta dell'ala riformista del Psi. Il giornale, il cui nome derivava dall'omonimo periodico della socialdemocrazia tedesca, "Vorwärts!", nacque su impulso "del sacrificio spontaneo ed entusiastico di migliaia e migliaia di proletari", si legge sul primo numero, e venne presentato come "figlio del contributo di borghesi ai quali la vita non par degna di essere vissuta se non la si consacra alla causa della verità" e si occupò, sin dalla fondazione, non soltanto delle vicende del Partito socialista, ma "di tutta quanta la vita sociale nelle sue molteplici manifestazioni", e in particolare dei contadini e del movimento operaio. Spazio venne riservato anche ai romanzi e alla satira con le vignette e le illustrazioni relative ai fatti del giorno.*

*Dopo anni di lotte, il giornale fu soppresso dal regime fascista e durante il Ventennio vennero pubblicate alcune edizioni clandestine. Finita la guerra, in un Paese allo stremo che cercava di rimettere assieme i suoi resti, prevalse la forte volontà di far rinascere il giornale come organo ufficiale del Partito socialista di unità proletaria (Psiup) mantenendo le due edizioni, romana e milanese, anche dopo la liberazione. Con la scissione socialdemocratica l'Avanti! rimase al Psiup, che riassunse la tradizionale denominazione di Partito socialista italiano. Dopo la chiusura, all'inizio degli anni Novanta, a seguito delle note vicende che travolsero il Psi, il giornale tornò nelle edicole nel '97, grazie all'iniziativa di un gruppo di dirigenti dell'ex Psi.*

*Direttori dell'Avanti!, il cui nome resta indissolubilmente legato alla storia del socialismo italiano, sono stati tra gli altri Enrico Ferri, Claudio Treves, Benito Mussolini, Pietro Nenni, Guido Mazzali, Ignazio Silone, Sandro Pertini, Tullio Vecchiotti e Paolo Vittorelli.*

*L'edizione speciale del quotidiano socialista, curata dal direttore responsabile Fabio Ranucci, è corredata da interventi di firme e nomi storici del socialismo italiano. Oltre agli ex direttori Franco Gerardi, Gaetano Arfè, Giovanni Pieraccini e Antonio Ghirelli, vi sono le testimonianze di Gennaro Acquaviva, Gianni Baget Bozzo, Costantino Belluscio, Venerio Cattani, Giuliano Cazzola, Sldo Chiarle, Gianni De Michelis, Mauro Ferri, Ugo Finetti, Rino Formica, Raffaele Iannuzzi, Lelio Lagorio, Antonio Landolfi, Giancarlo Lehner, Biagio Marzo, Angelo Miele, Roberto Palleschi, Carlo Pareto, Walter Pedullà, Paolo Pillitteri, Luigi Preti, Giulio Scarrone, Salvatore Sechi, Alessandra Servidori, Giuseppe Tamburrano, Raffaello Uboldi e Giuliano Vassalli.*

## **I VINCITORI DELLA NONA EDIZIONE DEL PREMIO ADICO**

*04/12/2006 - Alle ore 18, in Auditorium completamente gremito, l'evento è entrato nella sua fase clou: sul palco si sono avvicendati i promotori del Premio: Milo Goj, direttore di Espansione, che nel suo saluto si è soffermato sull'importanza della carta stampata nel marketing mix della comunicazione, sottolineandone la validità e l'attualità, Michele Cimino, Presidente ADICO che ha dedicato il suo intervento alla presentazione della nuova mission di Adico in linea con i problemi di oggi che si chiamano globalizzazione dei mercati, competitività e innovazione. Subito dopo Enrico Valdani, Partner e Presidente Valdani Vicari & Associati e Professore Ordinario di Economia e Gestione delle Imprese Università Bocconi di Milano ha svolto il tema "Il valore del marketing, ovvero un mix vincente per l'azienda". Ai presenti ha offerto spunti importanti sul momento che oggi in Italia attraversano le vendite, il marketing, la comunicazione indicando i tre fattori di successo per*

***l'impresa oggi : un'organizzazione customer centered, la distinzione tra "angeli" e "demoni" per la misurazione del valore generato dai propri clienti e "l'over promising e over delivering", cioè la capacità di generare delle proposizioni di offerta irresistibili.***

***Una novità organizzativa ha coinvolto in sala i partecipanti al convegno: ognuno ha ricevuto un telecomando per poter effettuare in tempo reale un sondaggio sui temi precedentemente trattati. "Grazie all'organizzazione di Telemeeting", sottolinea Cimino "abbiamo vissuto un momento di grande interesse collegiale, in quanto la sala è stata chiamata a votare una serie di domande presentate da uno speaker e che sono risultate di estremo interesse per i partecipanti" (sul sito [www.adico.it](http://www.adico.it) verranno riportate tutte le domande e i risultati ottenuti).***

***I finalisti al PREMIO:***

***Maria Francesca Angelini Gruppo Angelini, Monica Boni Gemeaz Cusin, Davide Cozzarolo Metro Cash & Carry, Stefania Indirli Maserati, Fabio Martignoni IBR Industrie Bilance Riunite, Sofia Masiello SIA, Paolo Micheli Parmareggio, Rafael Narvaez Pepsico Beverages Italia, Paolo Santini Autogrill e Patrizia Savino Tupperware. Le 10 case histories entrate nella fase finale sono state ripresentate al pubblico con una video clip animata da Chiara Fumagalli Creative Design e realizzata da Mediantech. Il panorama presentato ha sicuramente offerto spunti di riflessione su dieci interessanti progetti di marketing.***

***Il 9° PREMIO ADICO "MARKETER DELL'ANNO" assegnato a Sofia Masiello, Direttore della Comunicazione del Gruppo SIA, per il Progetto InSiaTg.***

***Motivazione : InSiatg è l'evoluzione di InSia la newsletter on line destinata ai dipendenti del gruppo Sia. Il 16 settembre 2005 la prima edizione del Tg aziendale è stata interamente dedicata al cambio di marchio e di identità ed è andata on-line nella intranet nello stesso giorno in cui è avvenuto il passaggio dal vecchio al nuovo logo. InSiatg è diventato un appuntamento mensile, annunciato via mail, ai dipendenti del Gruppo, circa 1100 , con in oggetto: "Drizzate le antenne". La durata è variabile tra i 9 e i 15 minuti ed è sempre organizzato su 5 rubriche: una dedicata agli eventi; una dedicata alle notizie delle società controllate; una a un opinionista/cliente esterno su tematiche generali (cambiamento, innovazione); una dedicata al business (nuovi prodotti, novità tecnologiche) e una dedicata al fatto del mese. La realizzazione è a cura della direzione comunicazione di Sia che coordina un Comitato di redazione che ogni mese definisce i contenuti dei servizi e si avvale di una mini troupe che si occupa anche dell'editing e del montaggio dei clip. Il tg dispone di una propria sigla, di una voice over e di un'anchorwoman. Il tg è interattivo: consente all'utente di scegliere, grazie a tasti virtuali e a un archivio, quale servizio seguire e quali edizioni riascoltare. Collegandosi via intranet, appare la schermata dell'InSiaTg che fornisce nei vari settori tutte le informazioni utili per gli approfondimenti e le ricerche. Sono previsti anche degli speciali incentrati su temi specifici e che meritano quindi più spazio. InSiaTg è un mezzo di comunicazione interna estremamente efficace, è orizzontale e di immediata fruizione, credibile e autorevole. La prossima evoluzione di inSiaTg sarà un'edizione in inglese per consentire alle partecipate estere di sentirsi parte di un Gruppo e di un cultura condivisa.***

***PREMIO AL MIGLIOR VENDITORE Assegnato a Claudio Abbiati della DS Group***

***Motivazione: Claudio Abbiati ha maturato 15 anni di esperienza professionale in aziende di livello internazionale operanti in ambito ICT, nelle quali si è occupato di attività di Key Account Management e di Business Development nel mercato delle grandi Imprese. Oggi opera presso la DS Group, società di consulenza informatica che opera con soluzioni applicative in diversi settori di mercato. e ricopre il ruolo di***

*responsabile delle relazioni con l'intero parco clienti dell'azienda. Nella sua attività ha sviluppato l'approccio consulenziale alla vendita e la capacità di instaurare e consolidare relazioni di lungo termine anche con interlocutori di alto livello. Tra le aree di mercato di maggior rilievo che vengono gestite e sulle quali sono stati ottenuti risultati menzionabili si citano significativi clienti come Telecom Italia/TIM, Banca Intesa, UniCredit, Enel, ENI e Poste Italiane. Nel 2005 ha conseguito risultati molto brillanti*

**Premio Speciale per le Istituzioni assegnato alla Fondazione Teatro alla Scala  
Cristina Paciello**

*Motivazione : Il Teatro alla Scala, nel suo passaggio istituzionale da Ente Pubblico a Fondazione di diritto privato, mantenendo l'altissimo livello culturale per cui è nota nel mondo, ha sviluppato un piano aziendale per incrementare la sua notorietà in Italia e per sviluppare una sempre più forte presenza all'estero e nello stesso tempo aumentare la fruibilità per il pubblico delle manifestazioni del Teatro alla Scala, introducendo innovazione tecnologica e utilizzando gli strumenti di marketing più avanzati.*

*La Cerimonia di Premiazione della 9° Edizione del PREMIO ADICO ha concluso un'intera giornata per il marketing "ADICO DAY": il primo evento che ha messo concretamente a confronto teorie, strategie e casi di successo.*

## **LETTO PER VOI**

**RECENSIONE DEL LIBRO "GIORNALI E GIORNALISTI NELLA RETE" DI EMILIO CARELLI**

**(a cura della redazione)**

*07/12/2006 - Internet, ma non solo: è forse questa la definizione più azzeccata per questo libro dell'ex direttore del TgCom Emilio Carelli (ora direttore di Sky Tg24).*

*In quest'opera, infatti, vengono affrontati in modo approfondito e ragionato tutti gli aspetti dell'informazione multimediale, dalle webzine ai weblog, o dalle radio online fino ad arrivare ai messaggi Sms sui telefonini.*

*Della sua esperienza online Carelli riporta le difficoltà riscontrate nell'avviare un nuovo tipo di giornalismo, in un Paese come l'Italia, in cui Internet stenta ancora ad attecchire e le connessioni a banda larga risultano ancora assai ridotte di numero.*

*Storia del giornalismo multimediale, tecnica espositiva, legislazione - ancora confusa e mal interpretata - ed esempi pratici (per mezzo di schede) dell'approccio all'online dei maggiori quotidiani italiani sono presenti in questo libro, scritto da uno dei "pionieri" del web journalism di casa nostra.*

## **UN LINK AL MESE**



**Il sito web di Assodigitale – Associazione Italiana Operatori Media Digitali (<http://www.assodigitale.it>).**

**[www.piccoligiornalisti.it](http://www.piccoligiornalisti.it)**