A EXPRIVIA GARA CONSIP
Il raggruppamento temporaneo di imprese guidato da Exprivia è tra gli aggiudicatari della convenzione Consip SAC3 per la digitalizzazione della Pa. Il valore del contratto è di 86 milioni e la durata di due anni. Il raggruppamento fornirà servizi di sviluppo, gestione e manutenzione evolutiva di software e migrazione applicativa al cloud rivolti alla Pa: dalle Regioni ai Comuni ad Agenzie e Consorzi territoriali, Parchi, Università e Istituti pubblici, Camere di Commercio, ma anche Fondazioni culturali e teatri.

Spazio, Leonardo prepara m&a su nuove tecnologie

Difesa

Il gruppo punta l'attenzione su quantum technologies e intelligenza artificiale

Comparini: «Nel settore l'Europa è in grado di avere indipendenza da Cina e Usa»

Raoul de Forcade

Nel settore spaziale, la capacità tecnologica europea è in grado di avere una sua sovranità e indipendenza da Cina e Usa. E, in questo comparto, Leonardo sta lavorando «per fare *merger & acquisition* specifici su tecnologie avanzate, come le *quantum technologies* e l'Ai, sia per la parte infrastrutture, sia per quella dei servizi».

A sottolinearlo è Massimo Comparini, nuovo managing director della business unit Space del colosso italiano della Difesa, nonché presidente del cda di Thales Alenia Space (67% Thales e 33% Leonardo); il quale spiega anche che il gruppo ha l'obiettivo di porsi al centro delle politiche dell'Ue, puntando in particolare allo sviluppo industriale, sia attraverso attività proprie, sia tramite la Space Alliance, composta dalle due joint venture Thales Alenia Space (concentrata sulla manifattura dei satelliti) e Telespazio (servizi satellitari, composta al 67% da Leonardo e al 33% da Thales).

Comparini, classe 1963 e laurea in ingegneria elettronica, è manager di grande esperienza nel settore spaziale: per i nuovi incarichi ha lasciato quelli di deputy ceo di Thales Alenia Space per i domini di Osservazione, esplorazione e navigazione e quello di ad di Thales Alenia Space Italia. In precedenza, era stato ceo di e-Geos, la joint venture tra Telespazio e Agenzia spaziale italiana, nonché direttore della linea di business Geoinformazione di Telespazio.

Alla divisione Space di Leonardo Comparini arriva col compito di ridefinire il posizionamento strategico complessivo del gruppo in un settore la cui economia è prevista in crescita esponenziale nei prossimi decenni. L'Ue, peraltro, ha approvato, per il periodo 2021-2027, un budget pari a 14,8 miliardi di euro in programmi spaziali. Spetterà al manager anche individuare, come si è visto, nuove opportunità di business e di m&a nel comparto e favorire l'ingaggio e le relazioni con agenzie spaziali e Governi.

«Lo spazio – afferma Comparini – sta cambiando, anche abbastanza rapidamente, nei suoi domini applicativi che, in fin dei conti, sono una sorta di tessuto connettivo delle società e delle economie di oggi. Se parliamo di connettività, di osservazione della terra dallo spazio, quindi del cosiddetto ambito *geospatial*, vediamo che tutti questi domini stanno accelerando, in qualche modo in supporto di una società iperconnessa e della sua crescente digitalizzazione. Quindi, i sistemi di connettività spaziale costituiscono una sorta di *freeway* dei dati e, al contempo, lo spazio sta generando, esso stesso, grandi quantità di dati: basti soltanto pensare all'osservazione della terra».

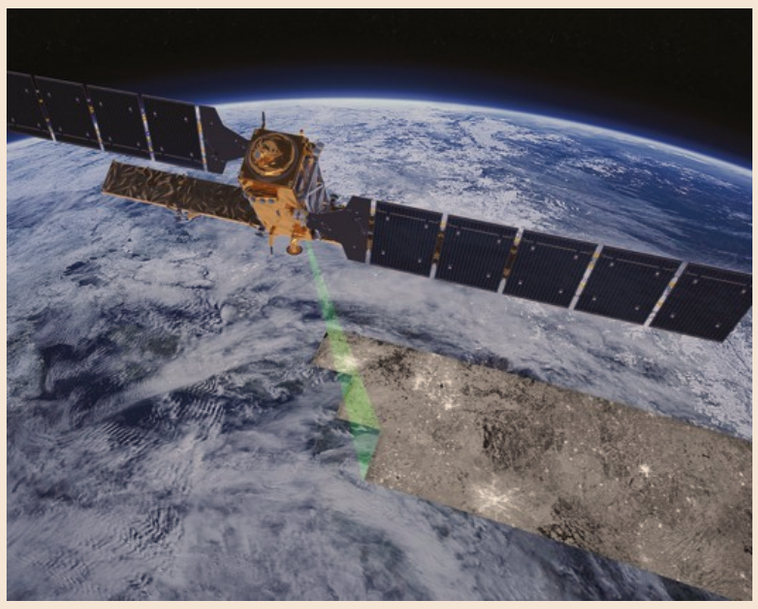
A fronte di questa realtà, prosegue, «la divisione Spazio si pone l'obiettivo di mettere insieme il mondo delle tecnologie spaziali, che evolvono, e quello delle tecnologie digitali. E di essere, quindi, un *solution provider*: un fornitore di architetture che crea una connessione tra queste capacità, utilizzando naturalmente il sistema industriale di Leonardo, del quale è parte. Insieme a questa visione sulla convergenza di tecnologie digitali e spaziali, l'obiettivo che ci poniamo è di fare di Leonardo un attore leader a livello europeo, attraverso la Space Alliance e le sue attività proprie, utilizzando al meglio le sue imprese».

Secondo Comparini «occorre superare una frammentazione che si registra a livello europeo e non riguarda solo il settore spaziale; in questo senso, la cooperazione sembra l'unica via dell'Ue per avere capacità d'incidere. Puntiamo ad avere un'Europa non dipendente o secondaria rispetto ai fortissimi investimenti, in campo spaziale, di Stati Uniti e Cina. Il rapporto con gli Usa, in particolare, è di collaborazione e quindi anche di scambio, per cui possiamo porci l'obiettivo di essere un partner allo stesso livello tecnologico degli Stati Uniti o, comunque, contribuire con gli Usa al presidio di una nostra sfera d'influenza».

Quanto a futuri m&a, Comparini chiarisce che «ci sono delle riflessioni che stiamo facendo. Ma gli aspetti delle *quantum technologies* e dell'intelligenza artificiale sono molto rilevanti per noi. Possiamo quindi immaginare di fare m&a specifici su tecnologie avanzate, sia per la parte infrastrutture che per quella dei servizi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

MASSIMO CLAUDIO COMPARINI
Nuovo managing director della business unit Space di Leonardo



Dall'alto. Sentinel 1 di Copernicus, programma Ue per l'osservazione della Terra

Stretta antipirateria, telco e Ict in allarme sui risvolti penali

Media

Timori sulla prevista reclusione fino a un anno per mancata segnalazione

Andrea Biondi

Compagnie telefoniche e mondo dell'Ict hanno manifestato il loro allarme ieri per la stretta "anti-pezzotto" che ha preso forma con l'inserimento nel dl Omnibus di emendamenti volti a rafforzare la lotta contro la pirateria digitale dei contenuti sportivi. Principio sacrosanto spiegano le associazioni - da Assotelecomunicazioni-Asstel (Tlc), ad Anitec Assinform (Ict) ad Aiip (Internet provider) – ma con un'applicazione drastica che rischia di gravare gli operatori di oneri insostenibili oltre a rischi che potrebbero allontanare investitori dall'Italia.

Questo il senso delle note diffuse ieri. In particolare, come riassume Asstel, l'indice è puntato sull'emendamento che «introduce obblighi di notifica del fatto illecito alla Polizia Giudiziaria a carico degli Operatori di telecomunicazioni arriva persino a prefigurare una responsabilità di natura penale»: fino ad un anno di reclusione per l'omessa segnalazione.

Una previsione, spiega Anitec Assinform, che appare particolarmente critica per tre motivi. Innanzitutto per il fatto di colpire «soggetti totalmente estranei all'oggetto del reato», dai motori di ricerca in giù che «da meri intermediari non possono vedersi attribuita una responsabilità penale non coerente con la natura dei servizi da loro prestati». Timori anche per la mancanza di «criteri, modalità e condizioni che determino l'effettiva condotta omissiva». E infine il rischio di una «possibile violazione di principi fondamentali del diritto dell'Ue».

Tutte perplessità espresse a poche ore dall'approvazione al Senato del DL n.113/2024 e accompagnate a distanza anche da commenti di tenore opposto. L'amministratore delegato della Lega Serie A, Luigi De Siervo l'ha definita una «battaglia essenziale nel nostro Paese» che ha avuto un'accelerazione con la normativa ad hoc e l'avvio di una piattaforma (piracy shield) per oscurare i siti pirata in 30 minuti. Il senatore di Forza Italia Dario Damiani ha evidenziato la posta in gioco: «Cinque milioni di utenti che oggi usufruiscono di contenuti illegali, con una perdita di gettito fiscale di circa 1 miliardo e 700 milioni». Si tratta di una lotta, ha aggiunto il senatore Claudio Lotito, patron della Lazio, che «debellerà un settore oggi in mano alla criminalità organizzata».

Stati d'animo e commenti diametralmente opposti. Con telco e mondo Ict che hanno deciso di lanciare l'allarme nella convinzione che da subito molte cose non tornerebbero. Un esempio? Una telco potrebbe essere accusata di non aver vigilato sul fatto che un proprio cliente ha avuto accesso a una partita in streaming. Ora, se il cliente si è collegato a un server che usa il protocollo https, il contenuto è cifrato e le compagnie considerano di non avere modo di sapere di che cosa si tratta. Se invece ha usato una Vpn possono non sapere neanche a chi si è collegato.

Luigi De Siervo (ad Lega Serie A): quella che ha preso forma nel Dl Omnibus è «una battaglia essenziale»

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Bar, nel 2024 investimenti record per oltre 1,2 miliardi

Fipe

Un imprenditore su due punta al rinnovo delle attrezzature e al digitale

Enrico Netti

«Le stime degli investimenti dei gestori di bar nel 2024 vanno verso un nuovo record e supereranno i 1,2 miliardi – dice Luciano Sbraga, direttore del Centro Studi Fipe Confcommercio –. Sono ripresi gli investimenti dopo lo stop provocato dalla pandemia».

Nella Giornata internazionale del caffè Fipe diffonde il trend degli investimenti nei bar. Secondo le stime nel corso dell'anno circa 66mila gestori, uno su due, ha pianificato investimenti per il locale sia per rinnovare il banco, tavoli, sedute e altre attrezzature della sala, ammodernare i dehors e altri beni strumentali sia per acquistare strumenti digitali come registratori di cassa di ultima generazione, Pos e palmari con cui gestire le comande, per poi finire con il potenziare la parte online come il sito web e la app.

Continua così il trend già visto nel 2023 quando il 52,2% degli esercenti ha dichiarato di avere investito in media 19mila euro per attrezzature professionali tra cui frigoriferi e abbattitori, per la lavorazione degli alimenti, la preparazione delle pietanze, la cottura e il lavaggio delle stoviglie. «I dati evidenziano come i bar italiani stanno affrontando le sfide del futuro con due asset chiave: tecnologia e sostenibilità per garantire la crescita del settore – rimarca Lino Enrico Stoppani, presidente Fipe –. È essenziale che gli imprenditori continuino a investire per mantenere alta la competitività e migliorare la qualità del servizio offerto».

Stoppani (Fipe): «Si investe in tecnologia e sostenibilità per garantire la crescita del settore»

Secondo i dati Fipe in Italia sono attivi 132mila bar, circa il 40% delle imprese della ristorazione, con poco più di 272mila dipendenti di cui il 59% sono donne. Nell'ultimo anno sono cresciuti del 10% i dipendenti stranieri, ora oltre 54mila addetti. Un terzo dei bar è gestito da una donna mentre gli imprenditori under 35 sono il 12,6%.

Nell'ultimo decennio è diminuito il numero dei bar e ora si sta assistendo a una migrazione dal classico locale con il servizio al banco verso il bar con servizio di ristorazione. Una scelta dettata dalla volontà di aumentare il valore dello scontrino medio, che è intorno ai 4,6 euro, per puntare ai più remunerativi mercati della pausa pranzo, dell'happy hour, cena e dopo cena. Tutti momenti conviviali a maggiore valore. Infatti gli imprenditori del settore scontano il peso dei costi fissi, tra cui il personale e l'affitto dei muri, e un impegno di lavoro che arriva a 14 ore al giorno, spesso sette giorni su sette. Una scelta che giustifica l'aumento degli investimenti volti ad allargare il ventaglio dei servizi offerti. «Per stare al passo con i tempi e rispondere alle esigenze dei consumatori il 33,1% degli imprenditori dichiara di investire per migliorare il comfort dei propri clienti, il 30,5% per ampliare la propria offerta, il 28% per razionalizzare i consumi migliorando il livello di efficienza energetica, il 23,4% per migliorare la gestione della propria attività, da quella economica al personale» conclude Sbraga.

enrico.netti@ilsole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Programmi. 24 Mattino con Simone Spetia è fra i più seguiti di Radio 24

Radio 24, venticinque anni di notizie & talk guardando al futuro

Gruppo 24 Ore

Il 3 ottobre serata celebrativa con la nomina del vincitore di un nuovo programma

Venticinque anni. Tanti ne sono trascorsi dal 4 ottobre 1999, quando Radio 24 ha trasmesso per la prima volta dai suoi studi di via Richard, affacciati sui Navigli a Milano. In quel giorno si concretizzava il progetto del Gruppo 24 Ore di portare alla radio un'informazione di alto livello, concentrandosi su temi di economia, politica e attualità sociale. Oggi, un quarto di secolo dopo, Radio 24 è ancora un punto di riferimento nel panorama radiofonico italiano, capace di evolversi rimanendo fedele alla propria natura.

Fin dall'inizio, l'emittente si è caratterizzata per il primato della parola, privilegiando l'approfondimento e il dialogo rispetto alla musica, e puntando sull'interazione con il pubblico.

Negli ultimi anni Radio 24 ha mantenuto saldo questo rapporto con i propri ascoltatori, cresciuti fino a sfiorare i 2,3 milioni nel giorno medio. Ma i numeri che oggi si possono evidenziare vanno anche oltre: 8,5 milioni gli ascolti podcast mensili e 6,6 milioni le pagine viste ogni mese sulla nuova piattaforma di Radio 24 - 4.0. In più: 10 nuovi podcast originali con 104 episodi inediti prodotti da gennaio a luglio 2024 che si aggiungono alle 11 serie podcast degli anni precedenti e ancora attive, per un totale di 449 nuovi episodi. Una presenza costante ai primi posti nelle classifiche delle migliori piattaforme audio con il podcast de "La Zanzara", seguito da "24 Mattino", "Focus economia" e "Tutti convocati".

Numeri che danno testimonianza dell'evoluzione del mezzo radio e dell'emittente news&talk del Gruppo 24 Ore, assieme agli 1,8 milioni di follower sui profili social cresciuti a un ritmo del 57% rispetto all'agosto dell'anno precedente. Modalità che hanno significato un allontanamento dal contatto con il pubblico? Niente affatto, se si pensa quantomeno ai 20 eventi in esterna e 10 digital roundtable nel solo 2024. In questo quadro va sottolineato anche "Il Festival dell'economia di Trento", dove Radio 24 è stata protagonista sia con 22 dirette in piazza, sia con sei spettacoli live che hanno registrato il tutto esaurito e in occasione del quale a partire dal mese precedente, ha accompagnato la kermesse trentina con oltre 160 pubblicazioni tra post e storie raggiungendo oltre 1,5 milioni di utenti che hanno prodotto 1,7 milioni di visualizzazioni e più di 54mila interazioni sui contenuti pubblicati.

Cresce Radio 24, in un mercato che, in Italia, da tempo è andato verso una polarizzazione con gruppi che da Mediaset, alla Rai, a Gedi a Rtl a Rds stanno ponendosi con una presenza sempre più strutturata, anche con radiovisione sul digitale terrestre, in un contesto che comunque mostra segni di vitalità. Guardando alla pubblicità, nei primi sette mesi dell'anno, stando ai dati Nielsen, la raccolta del mezzo radio ha sfiorato i 246 milioni, in crescita del 9,9 per cento.

È accompagnati da questa carta d'identità, cartina di tornasole della crescita e allo stesso tempo della trasformazione che l'emittente del Gruppo 24 Ore ha saputo cogliere, che giovedì 3 ottobre è previsto un evento esclusivo, aspettando la mezzanotte per spegnere le venticinque candeline. Lì sarà designata anche "La trasmissione che non c'è": iniziativa che ha coinvolto gli ascoltatori di Radio 24 in un lavoro autoriale per la realizzazione di un nuovo programma nel palinsesto 2025. Dai 3.500 candidati solo uno, selezionato da una giuria interna - che ha vagliato tutte le proposte arrivate entro il 20 luglio - firmerà un contratto di collaborazione dal valore di 10mila euro per realizzare il nuovo programma insieme allo staff della radio.

«Siamo molto felici ed orgogliosi di festeggiare questo 25esimo compleanno di Radio 24 che è diventata un punto imprescindibile nell'informazione autorevole e nella qualità del racconto quotidiano che ha saputo crescere negli anni, e i numeri lo testimoniano, portando dei risultati che sono il riconoscimento di un impegno costante profuso da Radio 24 in tutte le professionalità che la compongono», commenta Federico Silvestri, Direttore Generale Media & Business del Gruppo 24 ORE. Sarà «una grande festa - aggiunge - per un riconoscimento ribadito anche dai partner che hanno voluto essere vicino a noi per la serata. Il mercato pubblicitario ci festeggia con risultati di raccolta in significativa crescita, anche in virtù del numero sempre maggiore di campagne in esclusiva e una fervida proposizione di format tailor made, capaci di soddisfare tutte le esigenze di comunicazione. A tutto ciò si aggiungono gli ottimi risultati della piattaforma Radio 24 – 4.0 con la media mese che in un anno ha triplicato le pagine viste e ha raddoppiato i Browser unici. Ancor più brillante l'andamento della nuova App che sta registrando nell'ultimo anno un tasso medio di crescita mensile dell'8,4 % sulle sessioni e del 11% nelle page impression, confermando il robusto e crescente utilizzo della App e l'alto gradimento dell'esperienza di navigazione da parte degli ascoltatori». Infine Radio 24 è l'unica radio italiana che, da più di 10 anni, partecipa al progetto Euranet Plus, della Commissione europea insieme a 15 emittenti radiofoniche pubbliche e private di altrettanti Paesi europei per trasmettere notizie dell'Unione Europea on air e in podcast.

—**A. Bio**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

VkVSlyMjMWU5MmQ3ZDktNjM0NS00YTkwLWFhYTQtNWE0ZDViYmEzMGJlIyMjMWY2NDkyNzUtZTIwZS00MWJlLThkYzctNmQ2NmM1ZWE3MWZhIyMjMjAyNC0xMC0wMVQwODo1Nzo1NCMjI1ZFUg==