

Insieme per l'innovazione

Università, industria e finanza si sono alleate per dare vita alla Fondazione Ricerca & Imprenditorialità che ha come obiettivo quello di favorire la diffusione del sapere tecnologico, spesso segregato e dimenticato nei laboratori di ricerca, e di stimolare la crescita di piccole e medie imprese e start up della nuova generazione dell'industria italiana.

La Fondazione Politecnico di Milano, l'Istituto italiano di tecnologia, la Scuola superiore Sant'Anna, Enel, Finmeccanica, Intesa Sanpaolo e Telecom Italia hanno così messo insieme le proprie risorse per dar vita a un istituto che promuova la nascita di piccole imprese proiettate verso la ricerca, selezioni quelle innovative e meritevoli di essere sostenute, diffonda la conoscenza e l'integrazione. Molte le iniziative concrete previste: la realizzazione di una scuola permanente di formazione, la mappatura e il reperimento dei finanziamenti a fondo perduto disponibili in Italia e in Europa, la facilitazione dell'ingresso di fondi di 'seed capital' e di 'private equity' a sostegno degli spin off, la creazione di un sistema di partnership tra pubblico e privato.

Con sede a Roma, la nuova fondazione prevede la creazione di uno staff snello e con forte esperienza nel settore high tech sotto la guida di un direttore generale.

Come cinguetta Riotta su Twitter

"Barbecue: dalla barba (delle capre) alla coda tutto l'animale allo spiedo. Non c'è cucina migliore gnam", "E quelli che fanno gli scarabei stercorari del web a ramazzare tutti i pettegolezzi e poi a palla Ecco qua

Ecco qua?", "Esco incantato giornale fredda rigida piovosa grigia ma io come

un Homo Sapiens davanti al falò pronto a cacciare tigri e mammoth". Non sono versi neoermetici né messaggi in codice stile Radio Londra: sono tre esempi dei 'tweet' - i cinguettii-messaggini di 140 battute al massi-



mo - con cui Gianni Riotta si tiene in contatto, minuto per minuto, con i suoi lettori su Twitter.

Il direttore del *Sole 24 Ore* è uno dei più assidui frequentatori del social network, e uno dei più se-

guiti: i suoi follower sono oltre 13mila. Lui invece ne segue soltanto 43, come danielaranieri (ecco un esempio dei suoi tweet: "Il fatto che mi sia seduta accanto al prete solo per fargli togliere la borsa dal sedile non lo autorizza a fissarmi le tette, o sbaglio"); michelafinizio ("Mentana fa le domande. Questo sì che non s'era mai visto. Bravo"); Fgoria ("I'm in love... Ma perché in Italia non esiste un giornale finanziario on line come @TheStreet_News").

Al *Post* (www.ilpost.it), il giornale on line di Luca Sofri, si sono appassionati alla prosa asciutta e alla sintassi un po' traballante di Riotta su Twitter, tanto che hanno stilato una classifica dei suoi migliori messaggi. Quelli citati all'inizio sono nella top ten.



e uomini di tutta Europa sono invitati a visitare il sito www.morethantalk.eu/veryoneisart e a caricare foto di sé o di propri cari, assieme a un breve racconto della loro personale esperienza e lotta al tumore al seno; 1.096 di queste immagini verranno selezionate dall'artista inglese Samira Harris per ricreare la 'Nascita di Venere' del Botticelli e verranno mostrate sul maxi schermo di Piccadilly Circus a ottobre, facendo così scorrere nella vetrina più celebre del mondo foto di donne e uomini comuni. La composizione finale delle foto sarà rivelata il 14 ottobre durante la giornata europea per la sensibilizzazione al tumore del seno, promossa da Samsung in una location esclusiva al centro di Londra, la Royal Exchange. L'opera sarà poi venduta e i proventi andranno alle associazioni che si occupano della lotta contro il tumore al seno.

tazione dell'ingresso di fondi di 'seed capital' e di 'private equity' a sostegno degli spin off, la creazione di un sistema di partnership tra pubblico e privato.

Con sede a Roma, la nuova fondazione prevede la creazione di uno staff snello e con forte esperienza nel settore high tech sotto la guida di un direttore generale.

Come cinguetta Riotta su Twitter

"Barbecue: dalla barba (delle capre) alla coda tutto l'animale allo spiedo. Non c'è cucina migliore gnam", "E quelli che fanno gli scarabei stercorari del web a ramazzare tutti i pettegolezzi e poi a palla Ecco qua Ecco qua?", "Esco incantato giornale fredda rigida piovosa grigia ma io come

un Homo Sapiens davanti al falò pronto a cacciare tigris e mammoth". Non sono versi neoermetici né messaggi in codice stile Radio Londra: sono tre esempi dei 'tweet' - i cinguettii-messaggi di 140 battute al massi-



mo - con cui Gianni Riotta si tiene in contatto, minuto per minuto, con i suoi lettori su Twitter.

Il direttore del *Sole 24 Ore* è uno dei più assidui frequentatori del social network, e uno dei più se-

guiti: i suoi follower sono oltre 13mila. Lui invece ne segue soltanto 43, come danielaranieri (ecco un esempio dei suoi tweet: "Il fatto che mi sia seduta accanto al prete solo per fargli togliere la borsa dal sedile non lo autorizza a fissarmi le tette, o sbaglio"); michelafinizio ("Mentana fa le domande. Questo sì che non s'era mai visto. Bravo"); Fgoria ("I'm in love... Ma perché in Italia non esiste un giornale finanziario on line come @TheStreet_News").

Al *Post* (www.ilpost.it), il giornale on line di Luca Sofri, si sono appassionati alla prosa asciutta e alla sintassi un po' traballante di Riotta su Twitter, tanto che hanno stilato una classifica dei suoi migliori messaggi. Quelli citati all'inizio sono nella top ten.

Insieme per l'innovazione

Università, industria e finanza si sono alleate per dare vita alla Fondazione Ricerca & Imprenditorialità che ha come obiettivo quello di favorire la diffusione del sapere tecnologico, spesso segregato e dimenticato nei laboratori di ricerca, e di stimolare la crescita di piccole e medie imprese e start up della nuova generazione dell'industria italiana.

La Fondazione Politecnico di Milano, l'Istituto italiano di tecnologia, la Scuola superiore Sant'Anna, Enel, Finmeccanica, Intesa Sanpaolo e Telecom Italia hanno così messo insieme le proprie risorse per dar vita a un istituto che promuova la nascita di piccole imprese proiettate verso la ricerca, selezioni quelle innovative e meritevoli di essere sostenute, diffonda la conoscenza e l'integrazione. Molte le iniziative concrete previste: la realizzazione di una scuola permanente di formazione, la mappatura e il reperimento dei finanziamenti a fondo perduto disponibili in Italia e in Europa, la facilitazione

Il 17 settembre Audiradio ha ufficializzato quello che era nell'aria da tempo: l'indagine Panel Diari varata l'anno scorso come integrazione della tradizionale rilevazione telefonica è stata sospesa mettendo fine ai mal di pancia che i suoi risultati avevano dato a gran parte dei network commerciali. La novità è che il Cda della società di rilevazione degli ascolti guidata da Vincenzo Vitelli e dal direttore generale Pietro Varvello ha deciso che dall'anno prossimo l'indagine telefonica (Cati) andrà in pensione. L'audience radiofonica sarà misurata solo attraverso il Panel Diari esteso anche alle stazioni locali. Nel frattempo le locali continuano a essere coperte dall'indagine telefonica (è in uscita il primo semestre) mentre le nazionali - probabilmente a causa delle tensioni interne al consiglio Audiradio - restano senza dati fino alla ripresa del Panel. Cosa che avverrà non prima dell'anno prossimo, una volta risolte le criticità tecniche e metodologiche emerse con i dati del primo trimestre 2010 che, avverte Audiradio, non vanno considerati attendibili.

In pratica il Panel Diari diventerà l'unica rilevazione dell'audience radiofonica privata e pubblica, nazionale e locale. Obiettivo che sarà raggiunto partendo da una nuova 'ricerca di base finalizzata alla costruzione di un campione adeguato e corrispondente agli obiettivi dell'indagine'.

Resta da capire come verranno ripartiti i

costi del Panel Diari. Introdotta a metà 2009 per offrire al mercato pubblicitario dati più dettagliati e su un periodo fino a quattro settimane, è costata complessivamente intorno ai 4 milioni di euro. Un investimento che solo i big nazionali e pochi altri si sono potuti permettere. La maggior parte delle emittenti regionali e locali ha dovuto rinunciare creando,

come ha denunciato di recente anche Frt entrata a metà settembre nella compagine Audiradio, una spaccatura nel mondo pubblicitario nazionale e locale. "Il costo dell'indagine telefonica confluirà nella gestione del Panel Diari", dice Vitelli, "ma è chiaro che la ripartizione del budget è materia che affronteremo al più presto perché vogliamo un sistema equilibrato. Per garantire a tutti questa indagine dobbiamo per forza attivare dei meccanismi di ripartizione".

Mentre lavorano al nuovo Panel Diari, i soci Audiradio han-

no approvato la dislocazione di risorse per sperimentare il meter, apparecchio portatile che registra automaticamente i comportamenti dell'ascoltatore. "Il nostro obiettivo strategico è avviare se possibile entro il 2012 un sistema di rilevamento passivo", spiega Vitelli. "Scartati i sistemi americani e svizzeri non idonei al nostro Paese, è possibile che ci si avvicini ai modelli inglesi o francesi. In particolare riponiamo buone speranze sulla tecnologia meter che sta testando Eurisko Media Monitor".



Vincenzo Vitelli