

Martedì 14 Giugno 2016

Abbonamenti | Newsletter | Rss | Carattere | Segui su

prima ONLINE
ComunicazioneCerca HOME MUY PRIMA PAGINA MERCATO DATI E CIFRE DOCUMENTI NOTIZIE DI AGENZIA MANAGER VIDEO AGENDA LAVORO IN EDICOLA
EDITORIA TELEVISIONE TLC CINEMA NEW MEDIA COMUNICAZIONE PUBBLICITÀ RADIO SPORT

CREA PDF STAMPA SEGNALE AD UN AMICO

13 giugno 2016 | 16:59

Elio Catania confermato alla presidenza di Confindustria Digitale

L'Assemblea di Confindustria Digitale ha eletto gli organi direttivi che guideranno la federazione delle imprese dell'Information & Communication Technology per i prossimi due anni. Elio Catania è stato confermato alla presidenza per il suo secondo mandato.

"Sono stati due anni di intenso lavoro, di collaborazione a tutto campo con le istituzioni e il sistema delle imprese per contribuire a far crescere la cultura digitale nel nostro Paese", ha detto Catania. "Oggi possiamo senz'altro constatare che il digitale è salito di priorità per molti settori della politica, della società e dell'economia italiana".



Elio Catania (foto Olycom)

"Ma questo maggior livello di consapevolezza non basta a colmare i ritardi accumulati. Dobbiamo accelerare", ha rimarcato. "Produrre cambiamenti significativi e benefici tangibili. Per questo, per il prossimo biennio, abbiamo fissato una roadmap di azioni concrete".

L'Assemblea ha eletto vicepresidente vicario Dina Ravera (presidente Asstel) e i venti membri del Consiglio Generale:

Massimo Angelini (Wind), Cesare Avenia (Ericsson), Simone Battiferri (Tim), Fabio Benasso (Accenture), Alberto Calcagno (Fastweb), Massimo Canturi (Comdata), Paolo Castellacci (Gruppo Sesa), Gianluca Cimini (Bt), Nicola Ciniero (Ibm Italia), Umberto Costamagna (Call&Call), Domenico Favuzzi (Exprivia), Maria Rita Fiasco (Gruppo Pragma), Pietro Guindani (Vodafone), Roberto Loiola (Nokia), Giorgio Mosca (Leonardo), Salvatore Paparelli (Sony Europe Limited), Carlo Purassanta (Microsoft), Bruno Rondinella (Sielte), Alberto Tripi (Almaviva), Stefano Venturi (Hewlett Packard Enterprise).

Del Consiglio Generale fanno parte come membri di diritto i presidenti delle associazioni federate: Roberto Boggio (Assocontact), Renato Brunetti (Aiip), Massimo Pizzocri (Asso.it), Cristiano Radaelli (Anitec), Agostino Santoni (Assinform).

Video



La genesi del logo della nuova Italiaonline che nasce dalla fusione con Seat Pq

TUTTI I VIDEO

Annunci di lavoro

Cagliari – Junior account con almeno un anno di esperienza »

Milano – Social media specialist stage o assunzione »

Erba – Collaboratore quotidiano online »

Milano – Stage in media relations comunicazione corporate ed economico-finanziaria »

Albanella – Stage in Produzione TV & Organizzazione Grandi Eventi »

Milano – Stagista ufficio organizzazione eventi »

Lombardia – Stage retribuito full-time in telelavoro, con possibilità di assunzione »

Milano – Copywriter freelance »

TUTTI GLI ANNUNCI

Dati e cifre

Ads, Audipress, Audiweb, Audimovie, Radiomonitor, Nielsen, Fcp, Vivaki...

La pubblicità cresce del 6,1% in aprile e del 3,4% nel primo quadrimestre. Bene tv (6,4%), radio (2,3%) e cinema (16,8%); male quotidiani -2,9% e periodici -1,6%. Nielsen: investimenti in crescita da nove mesi »

Ads ha rilasciato i nuovi dati di diffusione della stampa (quotidiani, settimanali di aprile e mensili di marzo). Mancano le copie digitali multiple, sospese in attesa del nuovo regolamento (TABELLE) »

Più di 28 milioni di italiani online nel mese di aprile. Motori di ricerca, portali generalisti e social network i siti più consultati. I dati Audiweb (INFOGRAFICHE) »

Nel 2021 ci saranno più frigoriferi intelligenti e smartcar connessi tra loro che non smartphone e tablet. E gli oggetti con la Sim supereranno i telefonini già nel 2018 (INFOGRAFICHE) »

Investimenti pubblicitari online in calo del 4,8% ad aprile. Bene il mobile, a +160%; male web, tablet e smart tv. I dati Fcp-Assointernet (TABELLA) »

In Italia ci sono 18,5 milioni di lettori di quotidiani cartacei o digitali, il 35% della popolazione adulta. I nuovi dati Audipress »

La pubblicità in radio cresce del 3,8% ad aprile e chiude il primo quadrimestre 2016 a +2,3%. I dati Fcp-Assoradio »

La pubblicità sulla stampa in calo del 2,5% ad aprile. Quotidiani -3,3% (ma crescono gli spazi