



Fabio Vaccarone

Quotidiani economico finanziari – Carta/ Web

Il Sole 24 Ore

Funzioni d'uso/ Modalità di fruizione

- Sinergia ed integrazione tra i due mezzi con funzioni d'uso e modalità di fruizione diverse

Carta

- *Approfondimento*
- *Autorevolezza/ Valore aggiunto della carta*
- *Selezione/ "categorizzazione" notizie / Valore aggiunto del giornalista*
- *Transfer time, free time*

Web

- *Aggiornamento in tempo reale*
- *Accesso diretto alle fonti*
- *Interattività/ partecipazione*

Funzioni d'uso/ Modalità di fruizione

- Sinergia ed integrazione ancora più spinta nel segmento economico finanziario

Carta

- *Analisi macro trend settori economici*
- *Scelta e commento principali notizie*
- *Aiuto interpretazione novità normativo/ legislative*

Web

- *Monitoraggio in tempo reale del mercato*
- *Accesso a data base/ fonti diversificate*
- *Contatto diretto con esperti*

Funzioni d'uso/ Modalità di fruizione

Speciale Assemblee

Speciale Assemblee 2008

Cos'è lo Speciale Assemblee?
 Speciale Assemblee è la sezione del Sole24ore.com dedicata alla presentazione e commento dei risultati delle aziende quotate, presentati nel corso delle rispettive Assemblee. All'interno di Speciale Assemblee è possibile consultare il calendario completo di tutte le assemblee previste, leggere le ultime news e i commenti della redazione on line del Sole 24 ORE, accedere ai dati di bilancio delle aziende e al commento dei nostri analisti, visualizzare contributi video live e on demand, confrontare le società quotate sulla base dei più importanti indicatori di analisi fondamentale.

Fai le tue analisi personalizzate con il TOOL AVANZATO DI CONFRONTO

Banche	2.4k
Alimentari	331.40
Assicurazioni	4.9k
Auto	2.1k

Il Sole 24 ORE ti regala ogni giorno il codice **Premium 24** per accedere alle aree riservate di Speciale Assemblee.

Analisi e commenti sui risultati delle aziende quotate in borsa con tool interattivi avanzati per il confronto dei principali indicatori di performance

Rendita dei Bond/ Listino dei fondi

Money24

Classifiche PLUS

Class.	Emittente/Valuta	Codice isin	Rating	Scadenza	Obbligazione	
					Prezzo indicativo	Rendim. effettivo
1	Alb Finance	XSD084859054	BB	02-12	77,000	16,70
2	Gnac	XSD187751150	B	06-11	75,751	16,20
3	Gnac Intl Fin	XSD0301812557	B	05-10	86,001	14,50
4	Gnac	XSD177329603	B	09-10	83,750	14,50
5	Norske Skogstind	XSD007552355	B	06-17	64,000	14,30
6	Giltnr Bankli	XSD22838129	A	06-10	81,373	14,10
7	Gnac Canada	XSD0301811583	B	05-12	78,000	13,40
8	General Motors	XSD171943648	B	07-33	65,000	13,20
9	Crisa Capital Lu	XSD22834853	B	07-12	87,250	12,20
10	Fce Bankl	XSD282593440	B	01-12	86,500	11,90
11	General Motors	XSD171942757	B	07-13	82,875	11,90

Portafoglio-Lista Personale

Contenuti di difficile pubblicazione su carta per mancanza di spazio.

Funzioni d'uso/ Modalità di fruizione

Profili societari delle società quotate in borsa

The screenshot shows the Money|24 website interface. The main navigation bar includes 'NEWS', 'RECENSIONI', 'ANTICIPAZIONI', and 'PROGRAMMAZIONE'. Below this, there are tabs for 'HOME', 'Azioni', 'Reddito fisso e tassi', 'Fondi ed ETF', 'Valute', 'Commodities | Energy', 'Risparmio e famiglia', and 'Strumenti'. The search bar is set to 'Milano' and 'CERCA' is selected. The main content area displays the profile of 'Acotel Group' under the 'Analisi Base' tab. The profile includes contact information and a financial table.

Prezzo	P/E	Capitalizzazione	P/Mezzi propri	Yield (%)
94.47		350.95	7.300	0.473

Sintesi del bilancio consolidato (in migliaia di Euro)		
	31/12/2007	31/12/2006
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	70.301,00	63.223,00
Ebitda	2.806,00	4.752,00

Avvocati24: directories per la ricerca degli studi legali in Italia

The screenshot shows the Avvocati24 website interface. The main navigation bar includes 'HOME - RICERCA AVVOCATI', 'DIRITTO PER TUTTI', 'NEWS', 'MONDO LEGALE', and 'SERVIZI'. The search bar is set to 'CERCA AVVOCATO' and 'CERCA STUDIO LEGALE'. The main content area displays a search form with fields for 'Dove', 'Cap', 'Materie', and 'Scegli l'area di competenza'. There are also buttons for 'Cerca', 'Cerca Studio Legale', and 'Ricerca avanzata'. The website also features a 'NEWS LEGALI' section and a 'SCOPRI AVVOCATI24' section.

Funzioni d'uso/ Modalità di fruizione

Telefisco



Streaming evento



Risposte degli esperti



Tutte le norme e le dispense degli esperti

Carta/ Web alleati o concorrenti

Alleati se
Valore per contatto su Web
=

Valore per contatto su Carta

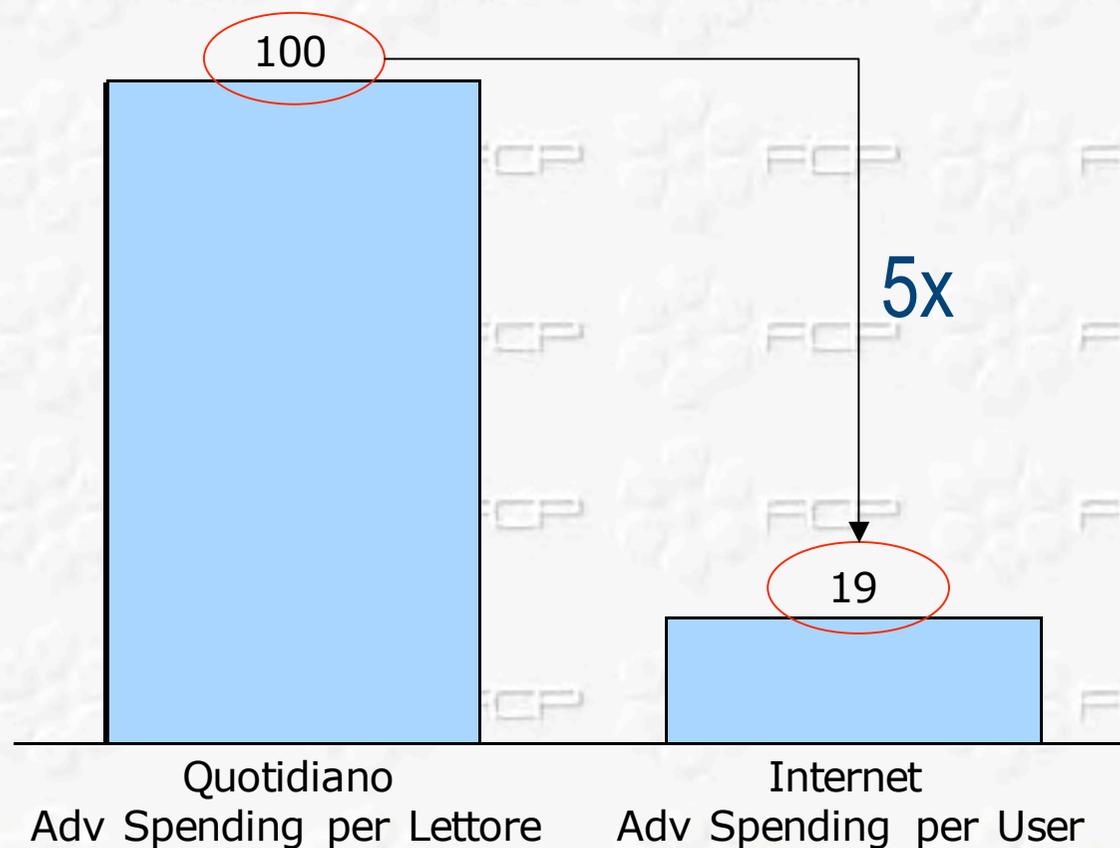


Altrimenti gli EDITORI continueranno a
“spingere” il mezzo che genera più valore

Carta/ Web alleati o concorrenti

- Ad oggi valore per contatto CARTA = 5 x valore contatto WEB

N. Indice



Carta/ Web alleati o concorrenti

- RPQ su Quotidiano e WEB

The image shows a newspaper page from 'L'Espresso' with the following content:

- Article:** 'L'orientatore trova mercato' (The career counselor finds the market). Subtitle: 'Dalla scuola al lavoro, in crescita gli sbocchi professionali' (From school to work, professional opportunities are growing).
- Illustration:** A cartoon titled 'LAVORO' (Work) and 'OFFICINA PUBBLICA' (Public Office) showing a man in a suit holding a scale.
- Section:** 'Apripista il modello francese' (The French model is a trailblazer).
- Job Listings:**
 - M&A Senior Analyst:** Milano - 15.000 Euro.
 - Responsabile di Tesoreria:** Milano - 18.000 Euro.
 - Responsabile Amministrativo:** Milano - 18.000 Euro.
- Bottom Section:** 'Cerchiamo talenti' (We are looking for talents) - Senior Recruitment Consultants.



The image shows the JOB24 website interface with the following details:

- Header:** 'JOB24' logo and navigation menu (Home, News, Ricerca Annunci, Strumenti, Formazione e Master, Blog).
- Search Bar:** 'Cerca per parole chiave:' with fields for 'CIRCA', 'CAP', and 'Cerca'.
- Job Listing:**
 - Dati:** Stoffe Manager Settore Moda.
 - Risparmio dell'annuncio:** Obiettivo Lavoro in più grande Società Italiana specializzata nella moderna gestione delle risorse umane. Siamo presenti in tutto il paese con una rete di 150 Filiali, oltre 9000 uffici in imprese (Imp).
 - Società:** Obiettivo Lavoro.
 - Luogo:** Sarnò Moritz (GR), Svizzera.
 - Contestatore Annuncio:** Aggiung.
- Footer:** 'Aziende in vetrina' with logos for eitos, Allianz, seccature, and Up level.

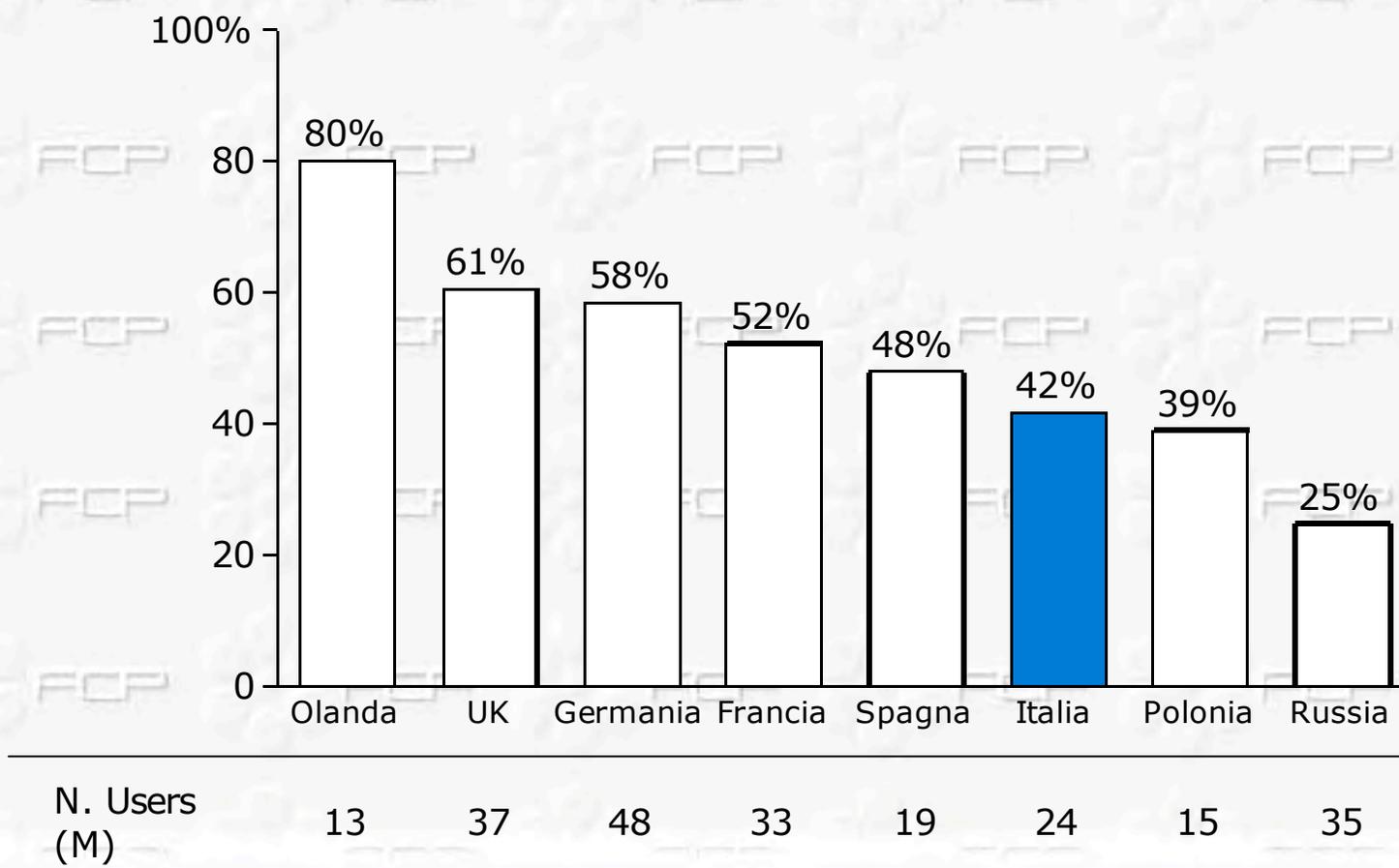
Enorme perdita di valore:
pur essendo il web mezzo più funzionale

Carta/ Web alleati o concorrenti

Quali sono le ragioni di questa differenza?

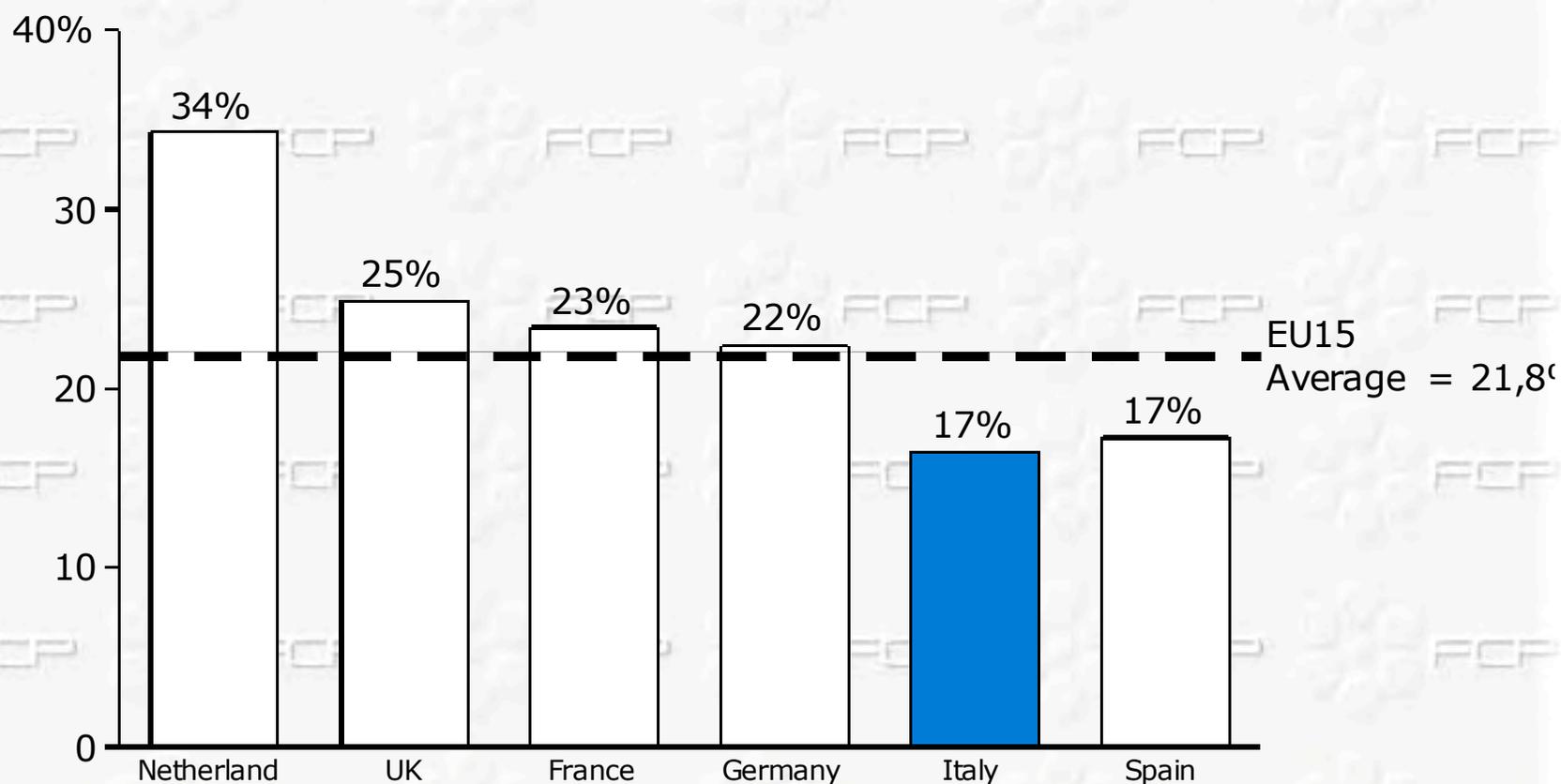
Ragioni differenza

- L'Italia non eccelle per penetrazione del mezzo internet



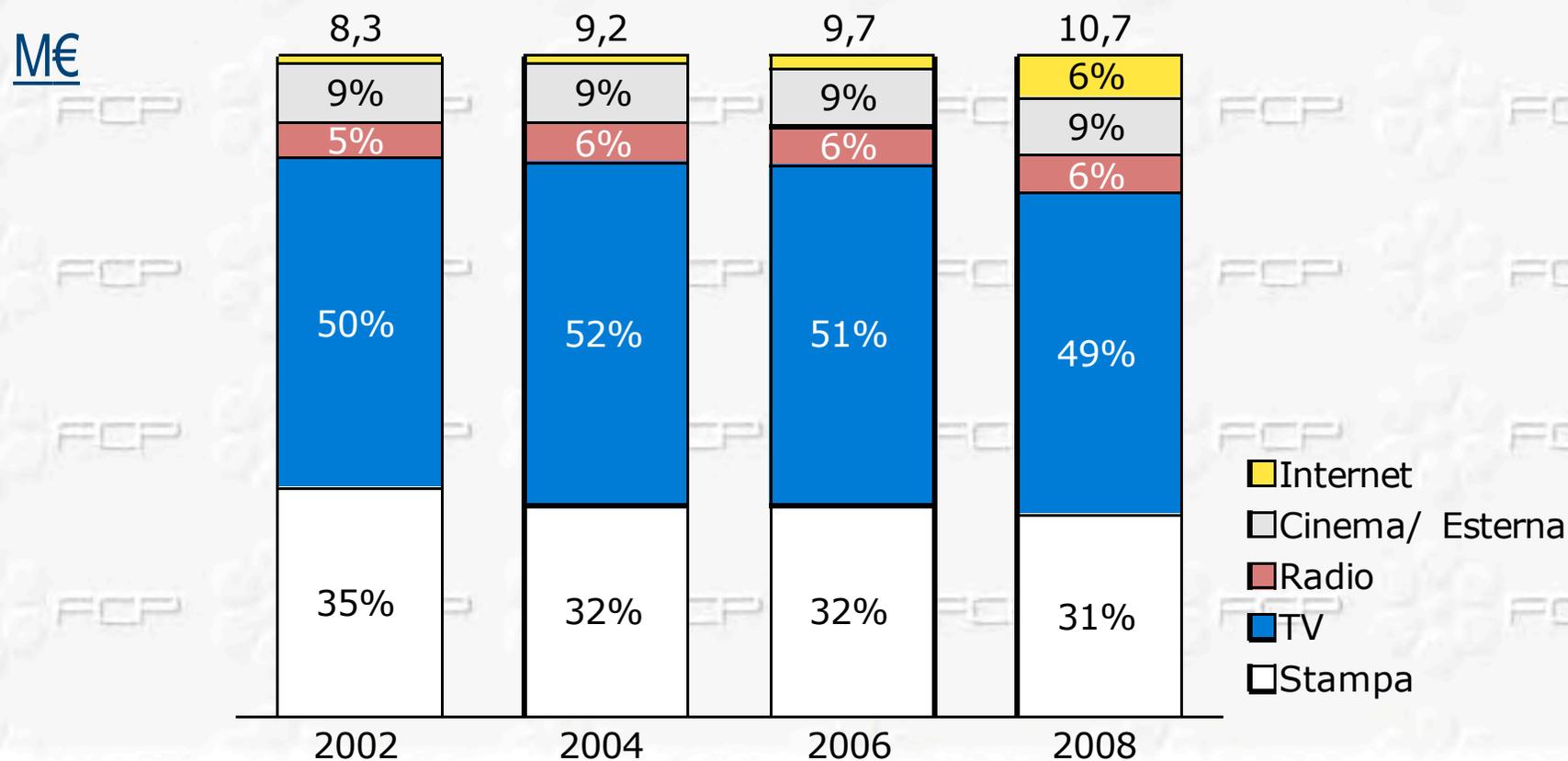
Ragioni differenza

- Anche a livello infrastrutturale (disponibilità di banda) le cose non sono migliori



Ragioni differenza

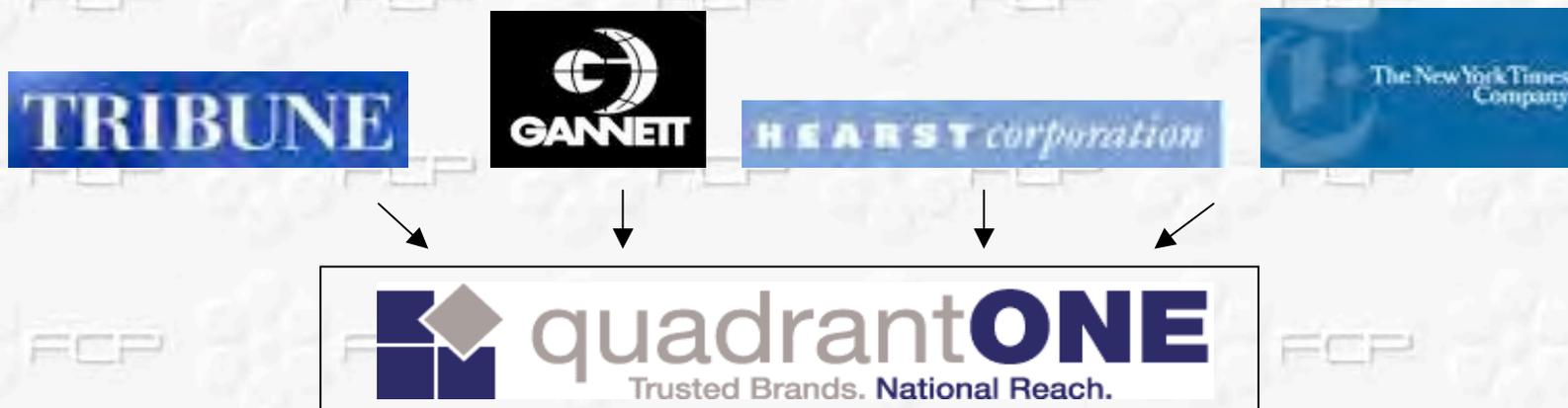
- La TV ancora rappresenta il 50% del mercato della comunicazione



Ragioni differenza

- **Esaltazione del concetto di misurabilità a danno del concetto di brand e del valore contatto**
- Ci sono stati (ad oggi) **difficoltà di misurazione dell'audience web** (Audiweb sicuramente migliorerà la situazione)
- **Approccio concessionarie** (causa la limitata rilevanza mezzo internet) poco attento alla valorizzazione commerciale

Uno sguardo oltre - QuadrantONE



- **Unico “punto vendita”** per gli inserzionisti che vogliono raggiungere i siti dei quotidiani locali e dei canali tv on line che fanno capo alle quattro aziende editoria
- **Valorizzazione del mezzo ON LINE (n. USER)**

Il caso Sole 24 Ore

- **E' l'unico Media Brand** e come tale raccoglie sotto di se una miriade di mezzi diversi (stampa, web, radio, libri, convegni, formazione, prodotti e servizi professionali)
- Nell'economia dell'*ATTENZIONE* è importante sfruttare i diversi mezzi per la loro reale funzione informativa: **i contatti non sono una sommatoria di teste rilevate con gli strumenti più disparati ma una somma di diversi momenti di attenzione/ punti di contatto verso il pubblico obiettivo**

Il caso Sole 24 Ore

Il Sole 24 Ore preferisce il **concetto di “progetti integrati” multimedia** in funzione degli obiettivi di comunicazione/
budget messo a disposizione degli utenti



- **Intercettare il massimo valore** dai clienti
- **Valorizzare opportunamente i diversi mezzi**
- Generare una **comunicazione “di qualità”** per il cliente finale (coerenza tra messaggi e funzione informativa)