

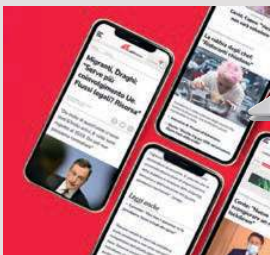
## FATTI & FLASH

### 'Adnkronos', per la tecnologia, contro le fake news

“Stiamo vivendo un cambiamento importante, nella consapevolezza che sempre più spesso le nostre notizie e i contenuti arrivano direttamente al lettore, senza passare da mediazioni”. Federico Luperi è direttore strategist e direttore innovazione e nuovi media del gruppo Adnkronos - Gmc. Una holding cui fanno capo, oltre all'agenzia di stampa, altre cinque società: Adnkronos Comunicazione, Adnkronos Nordest, Adnkronos Salute, Adnkronos Labitalia e Adnkronos International. Presieduto da Giuseppe Marra, il gruppo adesso mira a imporsi come media company digitale protagonista del panorama editoriale italiano. Per farlo, innanzitutto punta sulla trasformazione tecnologica, partita all'inizio del 2020 rinnovando l'infrastruttura editoriale per consentire alle redazioni di lavorare in modo coordinato, grazie anche a una nuova piattaforma mutuata da Sony, per la gestione dei contenuti video. Per sfruttarne al meglio le potenzialità Adnkronos ha appena siglato due partnership, con Evolution Adv e con Parcle Group. Il primo cura la commercializzazione degli spazi display e l'infinita scroll, che permetterà di caricare, in modo asincrono e senza reload di pagina, contenuti all'interno del sito. Il secondo si occupa dell'erogazione e della monetizzazione dei contenuti video. Spiega Pietro Giovanni Zoroddu, direttore generale del gruppo Adnkronos: “Il contenuto video digitale è sempre più centrale, il programmatico impone capacità tecniche di alto profilo in termini di millisecondi, ed Evolution Adv ci permette di sfruttare appieno la soluzione Content Revolution per promuovere i nostri contenuti editoriali. Mentre la partnership con Parcle Group ci permetterà di essere completamente indipendenti nel gestire la distribuzione di produzioni video e lo streaming”.

“Il nostro obiettivo”, interviene Luperi, “è raccontare le news in tutti i modi possibili, distribuendole ovunque e in ogni formato: testo, audio, video, social, eccetera. Lavorare con le notizie è una faccenda delicata perché sono la merce più deperibile al mondo, basta poco per arrivare tardi e perdere di efficacia. Ecco perché dobbiamo dominare il contenuto unendo velocità a multimedialità in modo, ad esempio, da essere subito indicizzati da Google”.

Adnkronos ha calcolato che ogni giorno tra 9,8 e 12,4 milioni di italiani leggono, vedono o sentono il nome dell'agenzia (che produce quotidianamente 2.200



Federico Luperi, direttore strategist e direttore innovazione e nuovi media del gruppo Adnkronos - Gmc. La holding Gmc ha un fatturato 2021 di circa 30 milioni e ci lavorano circa 300 persone. Oltre al presidente Giuseppe Marra, il Cda è composto da Angela Antonini amministratore delegato, Michele Adinolfi presidente di Adnkronos Comunicazione, Gianmarco Chiocci direttore Adnkronos agenzia di notizie e Pietro Giovanni Zoroddu direttore generale.



notizie). Il portale *Adnkronos.com*, rinnovato l'anno scorso, a sua volta ha quasi 11 milioni di utenti unici al mese (certificati Comscore: ndr) ed è al primo posto tra i siti delle agenzie

di stampa italiane. “Abbiamo avviato un processo di ‘lettura dei lettori’ per conoscere sempre meglio i cluster che ci seguono e offrire servizi adeguati alle loro esigenze”, dice Luperi.

Ci sono poi i partner: 200 portali e siti web federati che rilanciano i contenuti digitali dell'agenzia, 150 emittenti televisive che hanno in palinsesto sue produzioni video, 160 radio che usano le sue notizie nei gr (circuiti Area e Cnr Media). Inoltre, una ventina tra periodici e quotidiani locali hanno in foliazione pagine *Adnkronos*, con oltre 700 media collegati e 8.200 tra giornalisti, blogger, influencer collegati. Quanto ai social: il gruppo ha quasi 831mila follower e più di 10 milioni di visualizzazioni su YouTube.

A questo punto, dopo la tecnologia l'altro aspetto su cui lavorare è la formazione della redazione e l'oliatura della macchina di produzione di contenuti. Perciò, l'agenzia dal 2015 fa parte di Google Dni-Digital News Initiative a supporto del giornalismo di qualità in Europa, e ha aderito a Google News Showcase, che raccoglie una selezione di news curata da grandi editori nel mondo. Con grande attenzione per la qualità delle notizie. Non a caso, dallo scorso luglio *Adnkronos* aderisce a SocialTruth, “un progetto europeo ideato da un consorzio internazionale di 11 partner con l'obiettivo di analizzare la notizia classificandone l'attendibilità, al fine di rendere più sicura la diffusione delle informazioni online. Grazie all'intelligenza artificiale e alla blockchain, offre alle news una ‘bollinatura’ e un rating di affidabilità”.

**Roberto Borghi**