

Comunicazione & Giornalismo - Prima Comunicazione: nel nuovo numero il ritratto di un'editoria in piena rivoluzione

Roma - 06 ago 2026 (Prima Notizia 24) Dagli investimenti nei quotidiani al nodo dell'IA, fino al ruolo della narrazione televisiva e della guerra cognitiva.

Il numero di luglio-agosto di Prima Comunicazione traccia una mappa dettagliata di un settore dei media in profonda trasformazione, caratterizzato da dinamiche che vedono gli editori reagire con decisione alla flessione delle vendite, della pubblicità e degli ascolti a fronte della crescita inarrestabile degli OTT. Il panorama dell'editoria italiana registra una fase di spiccato dinamismo. Tra i protagonisti spiccano le mosse di Leonardo Maria Del Vecchio, che ha acquisito QN Media affidandosi alla direzione editoriale di Mario Orfeo, e l'ingresso dell'imprenditore greco Theodore Kyriakou nel gruppo GEDI per avviarne la riorganizzazione, tra rilancio di Repubblica, sviluppo del digitale e integrazione con Antenna. Si osserva inoltre la fase di assestamento per La Stampa di Torino sotto la gestione di Alberto Leonardis e del direttore Antonio Di Rosa, mentre la società Blue Media (gruppo Msc), guidata da Pier Francesco Vago, ha concluso la fase di convivenza con Michele Brambilla per focalizzarsi su un nuovo portale e sulle opportunità della blue economy. Parallelamente, MFE-Mediaset punta a consolidare la leadership sul mercato nazionale proseguendo l'espansione verso una piattaforma europea in grado di competere con i giganti tecnologici d'oltreoceano. Nel comparto digitale si distingue l'esperienza di Mondadori Digital, arrivata a contare 137 milioni di follower. In un'intervista alla rivista, l'amministratore delegato Andrea Santagata chiarisce che la vera sfida "non è inseguire la tecnologia, ma mettere l'innovazione al servizio di un patrimonio costruito in oltre cent'anni di storia del gruppo". Il dossier esamina anche i punti critici e le ombre dell'informazione digitale. Il giornalista Marco Gregoretti racconta la decisione di chiudere e poi riaprire il proprio canale YouTube, denunciando la tendenza degli algoritmi a privilegiare la conflittualità rispetto alla qualità del giornalismo. Di rilievo strategico anche il contributo di Stefano Amoroso, direttore della comunicazione di Leonardo, che nell'intervista dedicata al tema della guerra cognitiva ricorda come nei conflitti odierni si tenda ad attaccare "la capacità dei cittadini di formarsi un'opinione libera e consapevole". L'analisi si estende poi alle strategie dei palinsesti televisivi. Se Sky Italia rafforza la propria offerta sotto la guida di Giuseppe De Bellis, Warner Bros. Discovery potenzia la presenza di Fabio Fazio sul Nove e La7 punta sulla crescita dell'informazione e del digitale, mentre per la Rai si approfondisce la linea gestionale dell'amministratore delegato Giampaolo Rossi. Completano l'uscita i focus dedicati allo sport e al mercato della comunicazione. Trovano spazio la testimonianza del campione olimpico Antonio Rossi sui valori educativi dello sport, l'analisi della sponsorizzazione del Giro d'Italia da parte di Banca Mediolanum, la ridefinizione dell'identità societaria di Ferrovie dello Stato e l'intervista a Massimo Beduschi



(ceo e chairman di Wpp Media Italia) sulla trasformazione delle agenzie nell'era dell'intelligenza artificiale, accanto all'adeguamento dei parametri di misurazione delle audience avviato da Audicom.

(Prima Notizia 24) Giovedì 06 Agosto 2026

PRIMA NOTIZIA 24

Sede legale : Via Costantino Morin, 45 00195 Roma
E-mail: redazione@primanotizia24.it