

# 1000 Future<sup>®</sup>

Parola all'esperienza

**Federico Silvestri**

Al vertice dell'editoria economico-finanziaria italiana

---

Professionisti illuminati si raccontano in 1.000 parole

---

### Federico qual è stato il tuo percorso professione?

Mi sono laureato in Giurisprudenza all'Università "La Sapienza" di Roma, ma è nel mondo della comunicazione e dell'informazione che ho trovato la mia vera vocazione: un universo in continua evoluzione nel quale, ricoprendo diversi ruoli in alcuni dei maggiori gruppi editoriali, ho avuto occasione di sviluppare progettualità per innovare prodotti e servizi cercando, al contempo, di cogliere le numerose trasformazioni tecnologiche in atto.

Un percorso, il mio, ormai lungo trent'anni che ha attraversato tutte le tipologie di media: dalla carta stampata alla televisione, dalla radiofonia alle piattaforme digitali, fino agli eventi e ai media di ultima generazione. Ogni passaggio è stato per me un tassello fondamentale per cercare di costruire una visione ampia e profonda del settore.

Ho iniziato la mia carriera in **Deutsche Bank**, ma è stato il mio ingresso nel **Gruppo 24 ORE**, alla fine degli anni '90, nella divisione **Radiocor**, a segnare il mio primo vero contatto con l'informazione. Da lì, ho avuto la fortuna di partecipare alla nascita di **e.Biscom**, poi diventata Fastweb, un'esperienza pionieristica che mi ha insegnato cosa significa innovare davvero. Ho poi proseguito il mio cammino in realtà come **Telecom Media, RCS Mediagroup e l'Agenzia Ansa**, dove ho potuto confrontarmi con linguaggi e pubblici diversi, cercando di affinare la capacità di leggere i cambiamenti e anticipare le tendenze.

Nel 2018 sono tornato nel Gruppo 24 ORE, che si trovava nel momento più drammatico di un lungo periodo di profonda crisi e che aveva bisogno di ristrutturare e risanare l'Azienda e rilanciare il business, non essendo mai venuti meno l'autorevolezza dei marchi e l'affidabilità dei contenuti. Dunque, prima di essere designato CEO del Gruppo, come **Direttore Generale** ho presidiato la responsabilità sul quotidiano e le piattaforme digitali de **Il Sole 24 Ore**, su **Radio 24**, l'Agenzia di stampa **Radiocor** e diretto la concessionaria di pubblicità **24 ORE System**, responsabilità queste che continuo a mantenere, oltre ad essere **Presidente e CEO di 24 ORE Cultura, di 24 ORE Eventi** e della consociata estera **Il Sole 24 ORE U.K.**

In questo lungo percorso, ho potuto comprendere con chiarezza che i media non sono solo strumenti: sono baluardi della libertà di pensiero, ponti tra le persone, spazi di confronto e motori di cambiamento. E contribuire ogni giorno a costruirli, migliorarli e farli evolvere è per me un orgoglio, un privilegio e un doveroso impegno.

### Di cosa attualmente ti stai occupando?

Oggi, come **Amministratore Delegato del Gruppo 24 ORE**, guido il principale gruppo editoriale multimediale in Italia nel settore dell'informazione e formazione economica, finanziaria, professionale e culturale. Dal mio punto di vista, questa responsabilità, non vuol dire solo dirigere un grande gruppo editoriale: si tratta di custodire e valorizzare, rinnovandolo, un asset culturale, informativo e identitario che da oltre 160 anni è un riferimento per gli stakeholder e per tutti coloro che sono interessati all'informazione e che rappresenta un vero e proprio patrimonio del nostro Paese.

In questi ultimi anni in Azienda ho potuto anche osservare a fondo pregi e punti di miglioramento, maturando la convinzione che dobbiamo partire dalle eccellenti professionalità presenti nelle diverse funzioni redazionali e aziendali. Ora siamo impegnati a rimettere ordine dove necessario, stabilire le priorità in modo chiaro e costruire una direzione strategica solida, che non si limiti a massimizzare l'esistente nel breve periodo, ma che getti le basi per uno sviluppo coerente e sostenibile nel tempo.

In quest'ottica, il lancio del canale televisivo **Radio24-IlSole24Ore TV** rappresenta un passo significativo: una televisione in chiave moderna, multiplatforma. L'ultima tessera di un prezioso mosaico multimediale che completa il nostro ecosistema informativo facendoci diventare il primo polo editoriale in Italia dotato di tutti i mezzi di informazione: quotidiano, periodici, piattaforme digitali, agenzia di stampa, radio, eventi e ora anche TV.

Oltre alla riorganizzazione aziendale e alla definizione del nuovo piano strategico, in questi mesi siamo poi impegnati nelle **celebrazioni dei 160 anni del Sole 24 Ore** che rappresentano per noi l'occasione per mettere al centro i nostri più importanti stakeholder, ovvero la nostra community di lettrici e lettori.

Ma compiere 160 anni significa anche guardare avanti e dare il via a un nuovo inizio, con la consapevolezza della nostra storia e la responsabilità del nostro ruolo: quello di un gruppo editoriale che non si limita a informare, ma che forma, orienta, connette, creando valore per il Paese e per le Imprese.

### **Come vedi il futuro del Gruppo 24 ORE?**

Credo che il futuro del Gruppo debba poggiare su una visione chiara: esaltare il posizionamento identitario di editore, con orgoglio e consapevolezza. Per noi la tecnologia è un aspetto strategico, come ricerca del miglior vettore per valorizzare i contenuti: ma non siamo una media tech company e non vogliamo etichette che non ci appartengono.

Al centro del nostro ecosistema c'è e ci sarà sempre il quotidiano Il Sole 24 Ore, che rappresenta l'architrave della nostra identità editoriale. Il nostro primo impegno consiste nel sostenere il suo primato, che non può prescindere da una strategia integrata con le piattaforme digitali, la radio, l'agenzia di stampa, la televisione, gli eventi, i prodotti professionali, la formazione e la cultura. Lo abbiamo sperimentato, ad esempio, con gli **eventi**, che non sono tanto un'attività autonoma, quanto **parte integrante del nostro ecosistema editoriale rafforzando il legame con le nostre community**, generando contenuti, valorizzando i nostri brand e contribuendo a far nascere format editoriali. Il **Festival dell'Economia** è diventato un simbolo della nostra capacità di abbinare autorevolezza e partecipazione: è un fiore all'occhiello che ci ha visto portare a Trento, in sole 4 edizioni, un pubblico di più di 150.000 partecipanti, con milioni di visualizzazioni e interazioni.

Per tutelare e valorizzare il quotidiano, è necessario evolversi e adattarsi ai nuovi contesti informativi, adottando strategie flessibili e sfruttando l'evoluzione tecnologica continua del nostro settore.

Oggi abbiamo anche la sfida del miglior modo di utilizzare l'**intelligenza artificiale**: noi la sfrutteremo per una maggiore profondità di informazione, per aiutarci a migliorare i processi e **per offrire nuovi servizi, ma non sostituirà mai il valore umano del nostro lavoro.**



[www.gruppo24ore.com](http://www.gruppo24ore.com)