OpenAI Gives Brands Some Data About How They Appear in ChatGPT

A new tool competes with the sprawling industry of GEO specialists.
https://www.adweek.com/commerce/openai-gives-brands-some-data-about-how-they-appear-in-chatgpt/

The 3 Paths to Being a Better Marketer That Have Nothing to Do with Marketing.

Only 6% of executives say academic pedigree makes a great chief marketing officer. New NewtonX and Adweek research finds the strongest candidates bring something else: experience in operations, entrepreneurship and data.
https://www.adweek.com/brand-marketing/the-3-paths-to-being-a-better-marketer-that-have-nothing-to-do-with-marketing/

Anthropic Rolls Out Mythos

5.2 With Improved Bug Hunting, Fewer Sandbox Escapes

Anthropic says Mythos 5.2 improves vulnerability discovery while showing a lower tendency to escape sandboxes in controlled tests.

The post Anthropic Rolls Out Mythos 5.2 With Improved Bug Hunting, Fewer Sandbox Escapes appeared first on SecurityWeek.

https://www.securityweek.com/anthropic-rolls-out-mythos-5-2-with-improved-bug-hunting-fewer-sandbox-escapes/

Dal Nord alle isole, FiberCop avvicina l’Italia ai servizi di domani

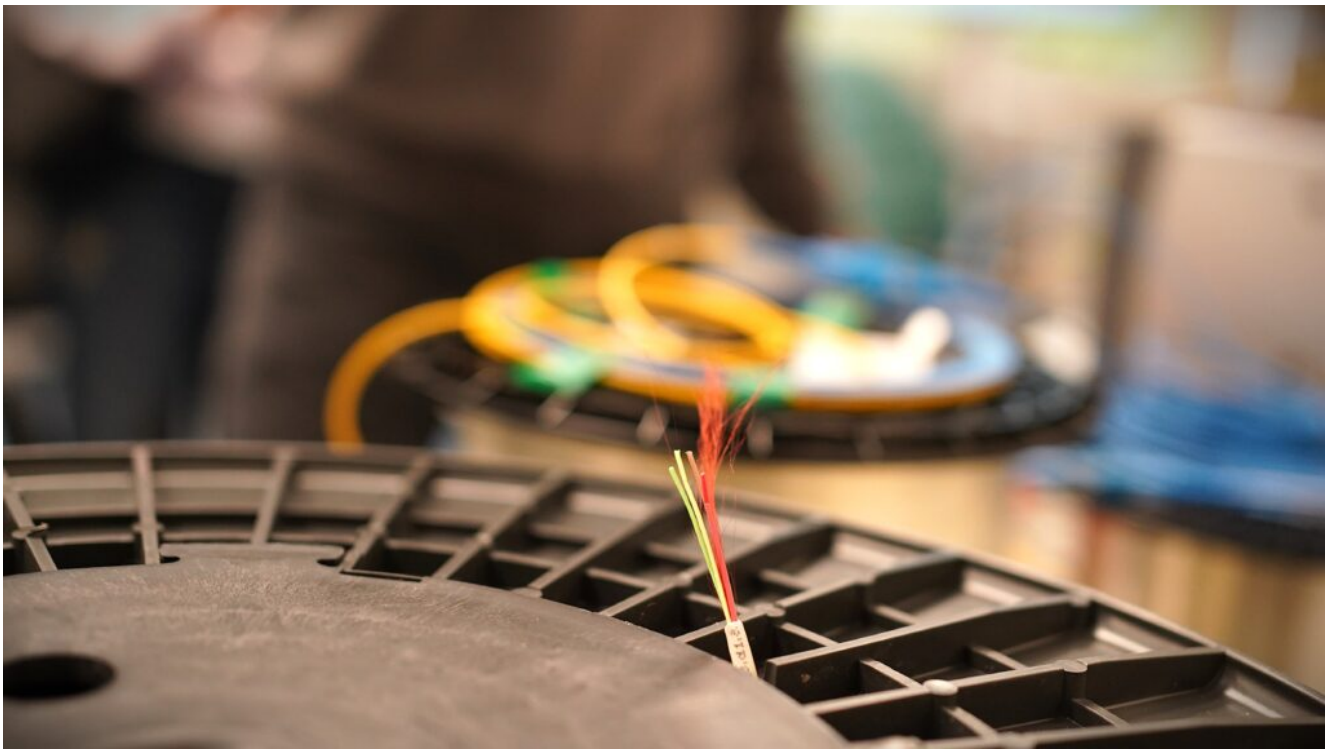
Con la sua infrastruttura, **FiberCop** percorre l’Italia seguendo la geografia dei territori e rispondendo alle esigenze delle comunità con un approccio che integra tecnologia, paesaggi ed equilibri naturali. Da una città all’altra supporta imprese e attività, avvicina istituzioni e luoghi della cultura e amplia l’accesso e l’inclusione nei centri minori. È un’infrastruttura capillare e resiliente, sviluppata dall’azienda con investimenti propri e risorse del PNRR, che trasforma la connettività in una leva per la crescita digitale.

Il viaggio della fibra

Il viaggio della fibra parte dal Nord, tra distretti industriali e centri abitati. Qui risponde alle esigenze di famiglie, realtà produttive e amministrazioni, garantendo connessioni affidabili per lavorare, studiare e accedere ai servizi pubblici, con effetti positivi sulla competitività. La fibra ottica diventa così una presenza essenziale nella quotidianità capace di rafforzare il tessuto economico.

Edge data center, quando il dato resta vicino all’utente

Sul fronte tecnologico la posa della fibra procede di pari passo con l’edge computing, un modo diverso di gestire i dati, che porta capacità di elaborazione vicino a chi ne ha bisogno. Un edge data center è una struttura che ospita capacità di calcolo, archiviazione e applicazioni vicino a utenti e aziende, nel luogo in cui i dati nascono, anziché concentrarle in pochi grandi centri come avviene con il cloud tradizionale.

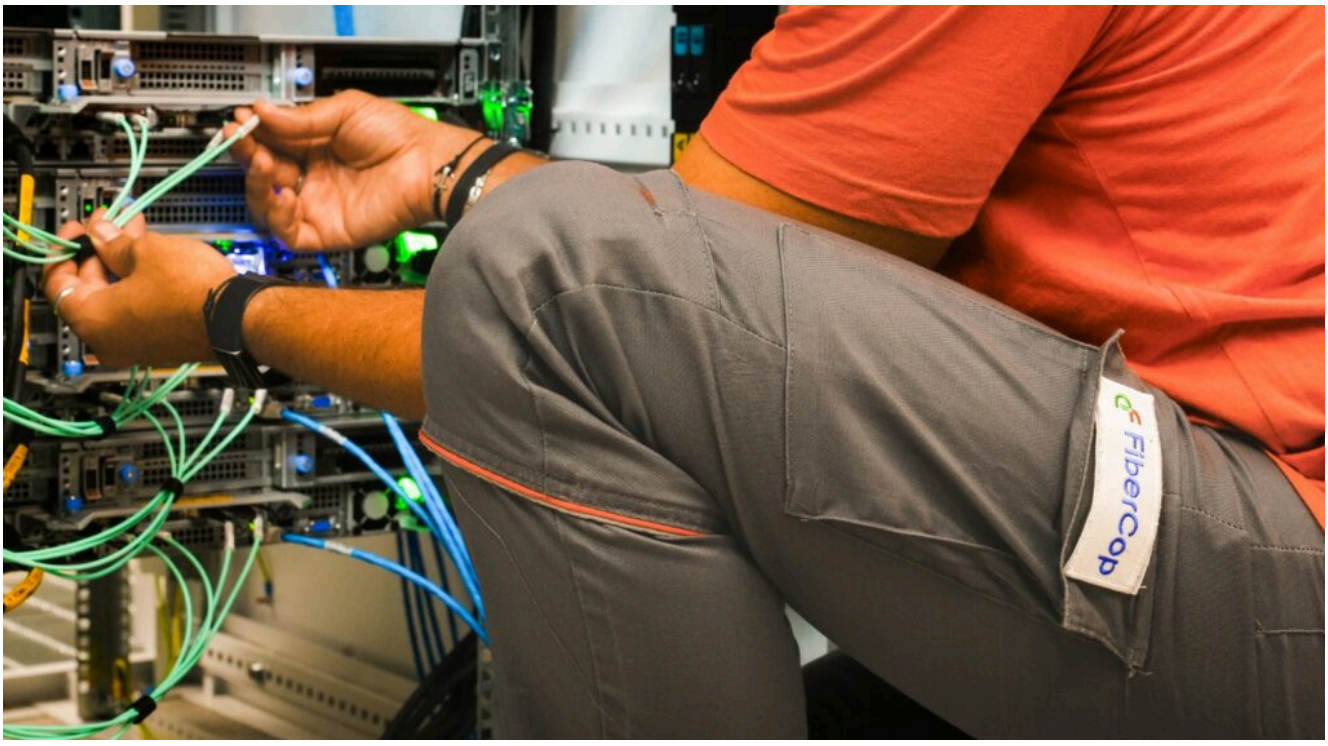


Nuovi servizi real time

Elaborare le informazioni sul posto accorcia i tempi di risposta e apre la strada a servizi in tempo reale, preziosi per l’industria, la sanità, le smart city e la gestione delle infrastrutture critiche.

Dopo Roma, nuovi edge data center in arrivo

Le centrali FiberCop si trasformano quindi in hub digitali, dove la fibra incontra la potenza di calcolo. Il primo edge data center (in programma ce ne sono cento) è già attivo a Roma; seguiranno Torino, Genova e Bologna e, nel 2027, Verona e Firenze. FiberCop mette a disposizione degli operatori un’infrastruttura aperta che integra connettività e computing e, grazie alla diffusione delle centrali in tutta Italia, porta l’elaborazione là dove i dati vengono generati: la rete si evolve così da semplice canale di trasporto delle informazioni a spazio in grado di ospitare servizi e applicazioni distribuite.



Cambia il ruolo della rete: non più soltanto transito dati

Cambia così anche il ruolo dell'infrastruttura, destinata a diventare non più soltanto il canale di transito dei dati ma uno spazio in grado di ospitare servizi e applicazioni distribuite. FiberCop mette a disposizione degli operatori un'infrastruttura aperta, integrando connettività e computing. Il punto di forza è la diffusione delle centrali in tutta Italia, che consente di portare l'elaborazione là dove i dati vengono generati.

La fibra ovunque (anche negli eremi francescani)

Le possibilità un tempo riservate alle grandi città raggiungono ora anche i luoghi più raccolti. Nelle Marche la fibra entra negli eremi francescani, da sempre dedicati alla spiritualità e alla cultura, e arriva anche nel tessuto produttivo che li circonda, fatto di piccole e medie imprese, botteghe artigiane, commercio, turismo e servizi, dove una connessione di qualità è ormai la condizione per affrontare la trasformazione digitale.

Per chi lavora e produce sul territorio la rete diventa un punto di riferimento e, per capacità e affidabilità, può sostenere applicazioni più evolute e modalità di lavoro più rapide, integrate e sicure, accompagnando nel tempo i percorsi di innovazione.

A Sud connubio fra fibra e turismo

Scendendo verso Sud la rete incontra zone in cui innovazione, turismo e risorse locali possono crescere insieme. Connessioni più evolute rafforzano le attività economiche, migliorano l'esperienza dei visitatori e rendono le prestazioni pubbliche

più accessibili, promuovendo le specificità locali. In questo quadro si inserisce la collaborazione tra FiberCop e le istituzioni del territorio, concretizzata **nell'accordo con la Provincia di Caserta** per facilitare la realizzazione della rete limitando l'impatto sulle comunità tramite micro trincee (ecco il Protocollo intesa UPI FIBERCOP). Nel golfo di Napoli, la fibra raggiunge **Capri**, una delle mete più iconiche del Mediterraneo, dove corre tra strade tortuose, negozi e caffè all'aperto per migliorare servizi e infrastrutture a beneficio di tutti.

A Maratea la fibra sotto il selciato

Più a Sud, lungo il Tirreno, la fibra si fa strada a **Maratea**, dove ogni intervento nasce dal rispetto del contesto. I cavi si snodano lungo le vie del Borgo dove il lavoro di posa è stato interamente manuale, perché nessun mezzo pesante può entrare. L'acciottolato, plasmato nel tempo anche dagli agenti atmosferici, è parte dell'identità urbana: i ciottoli vengono rimossi uno a uno, numerati e ricollocati esattamente nello stesso punto, in modo che l'immagine complessiva del Borgo resti intatta, mentre sotto il selciato prende posto la fibra.



La fibra a Gerace per la tutela del patrimonio

In Calabria, l’infrastruttura arriva a **Gerace** e attraversa il borgo fino alla cattedrale normanna, dove favorisce la conoscenza del centro storico e le attività di studio e restauro della Cittadella Vescovile, mostrando come l’innovazione possa affiancare la tutela del patrimonio.



La fibra in Sicilia, da Racalmuto ai cavi anti-sismici di Vulcano

Oltre lo Stretto, il percorso raggiunge la Sicilia, un’isola in cui borghi dell’entroterra e paesaggi di straordinario valore si alternano a breve distanza. Qui la connettività assume più di un volto. A **Racalmuto**, nell’Agrigentino la fibra arriva fino alle abitazioni, mentre sull’isola di **Vulcano** i cavi si trasformano in sentinelle: una sperimentazione condotta con **l’Istituto Nazionale di Geofisica e Vulcanologia**ha permesso di registrare oltre 1.400 eventi sismici in un solo mese.

Il percorso attraversa il mare e approda in **Sardegna**, dove la fibra collega borghi e città, aree industriali e località turistiche, avvicinando l’isola al resto del mondo nel rispetto della sua identità.

Fibra contro lo spopolamento

Dietro ai cantieri c’è un lavoro di squadra e i risultati si leggono in contesti molto diversi. Nei centri segnati dallo spopolamento, come **Marrubiu**, la connessione riduce l’isolamento e, grazie al lavoro da remoto, offre alle famiglie la possibilità di restare o, in alcuni casi, di tornare.

Data center nelle ex miniere

Per le aziende, da **Sarroch** a **Iglesias**, la rete sostiene la digitalizzazione dei processi e apre prospettive nuove, come i data center nelle ex miniere, dove il raffreddamento richiede meno energia.

A Pula, il backhauling 5G

Lungo la costa, a **Pula**, il backhauling 5G collega in fibra le stazioni radio e migliora la copertura mobile in un’area di grande pregio paesaggistico, mentre nei borghi dell’entroterra servizi amministrativi digitali e didattica a distanza rendono più semplice vivere, studiare e lavorare sul territorio.

Sardegna digitale

Conclusi i lavori, la sfida è ora favorire l’utilizzo dei collegamenti disponibili e tradurli in servizi migliori, competitività e nuove opportunità per cittadini, imprese e amministrazioni: lavorare senza lasciare il proprio paese, accedere più facilmente alle prestazioni pubbliche e dare vita a nuove attività economiche. È così che la Sardegna digitale può contribuire alla trasformazione del Paese, valorizzando le diverse anime dell’isola.

28 milioni di chilometri in fibra

Con 28 milioni di chilometri di fibra già messi a disposizione degli operatori e una copertura ultra-broadband superiore al 96% delle linee attive, FiberCop esprime la dimensione nazionale del proprio impegno e la capacità di adattare l’infrastruttura a contesti produttivi, urbani, montani e storici. A questi numeri si aggiunge l’aggiudicazione della gara del **Fondo Nazionale per la Connettività**, che consentirà di collegare oltre 477 mila nuovi civici, pari a circa 700 mila unità immobiliari. Una presenza che da Nord a Sud accompagna la modernizzazione digitale con una crescente attenzione ai territori e a uno dei patrimoni naturali più ricchi e delicati d’Europa. Con velocità fino a 10 Gigabit al secondo, la connettività favorisce il lavoro e la formazione a distanza, la telemedicina, il turismo, la cultura e i servizi pubblici, contribuendo a costruire un’Italia più vicina e

accessibile e a rafforzare inclusione e coesione.

The post Dal Nord alle isole, FiberCop avvicina l’Italia ai servizi di domani appeared first on Key4biz.

https://www.key4biz.it/dal-nord-alle-isole-fibercop-avvicina-litalia-ai-servizi-di-domani/593131/

Beyond the Cookie: How AI Is Transforming Marketing Performance



AI is giving marketers new ways to understand consumers, optimize creative, and improve campaign performance. But how can brands move beyond experimentation to turn these capabilities into measurable business results?

It starts with better data, smarter targeting, and a willingness to rethink how marketing decisions are made.

In this episode of Adspeak by ADWEEK, host editor in chief Ryan Joe brings together Eric Danetz, president at Cognitiv, and Nicole Vinson, VP of agency ecosystem and growth marketing integration lead at Mars, to explore how AI and deep learning are reshaping modern marketing.

The conversation examines how brands can move beyond cookie deprecation to build stronger data foundations, uncover consumer insights, and drive greater efficiency across media and creative.

The panel discusses why behavioral data offers a more accurate picture of consumer preferences than traditional panel research, and how clean room technology can bring together different data sources to create a more complete understanding of audiences.

They also explore how a pilot-first approach helps organizations test AI applications before committing to large-scale implementation. Real-world examples illustrate the potential, including reducing creative analytics from 100 hours to under 10 and achieving a 36% lift in campaign results through more precise audience targeting.

The conversation also addresses the organizational challenges of adopting AI, from establishing responsible governance to building partnerships that prioritize long-term business outcomes over technology for its own sake.

What you'll learn:

- How clean rooms create a more complete consumer picture
- Why behavioral data beats traditional panel research
- The "Pilot-First" approach to AI adoption
- How AI can dramatically accelerate creative analysis
- Why behavior-based targeting can outperform demographics
- How Special K achieved a 36% campaign lift
- Why AI governance and strong partnerships matter

[embedded content]

About the guests:

Eric Danetz is president of Cognitiv, the deep learning advertising platform helping brands predict consumer behavior and deliver more relevant advertising. An accomplished executive, he has held senior global leadership positions at organizations including Thomson Reuters, AccuWeather, Time Inc., IAC, CBS, and Ziff Davis. With extensive experience scaling businesses, driving revenue growth, leading large teams, and navigating M&A, he is also an active investor, board member, and advisor to numerous organizations across the technology and media industries.

Nicole Vinson is VP of agency ecosystem and growth marketing integration lead at Mars, where she leads the transformation of Mars' global marketing agency ecosystem. With more than 20 years of experience in digital marketing, media, and strategic marketing management, she previously led Kellanova's Global Marketing Excellence Center of Excellence and its global digital marketing transformation. Her work focuses on leveraging data, technology, and AI to build more effective marketing strategies, strengthen consumer engagement, and accelerate brand growth.

Recommended videos
https://www.adweek.com/brand-marketing/beyond-the-cookie-how-ai-is-transforming-marketing-performance/

The Brand Isn't Always the

Star ft. Alyssa Schaefer of MDVIP

Why great marketing sometimes means stepping back. https://www.adweek.com/brand-marketing/the-brand-isnt-always-the-star-ft-alyssa-schaefer-of-mdvip/

Elon Musk sfida subito i dem in Texas, 24 miliardi di dollari per un mega data center e una centrale a gas

Musk sfida la neoeletta governatrice democratica del Texas Gina Hinojosa: 24 miliardi per un supercomputer alimentato a gas

Elon Musk non molla in Texas e riapre il fronte data center. Secondo quanto riportato dalla stampa americana, **SpaceXAI** (SpaceXSI) vorrebbe costruire a Starbase, la città texana dove ha il suo centro operativo, un impianto a gas naturale e un sito di supercalcolo. L'investimento iniziale stimato è di **24 miliardi di dollari**. Il progetto arriva mentre la neoeletta governatrice democratica **Gina Hinojosa** promette di fermare le nuove autorizzazioni per i data center finché lo Stato non avrà regole capaci di tutelare cittadini e territori.

La decisione, però, non spetta soltanto alla governatrice: il **9 dicembre** la commissione municipale di Starbase dovrà esaminare un accordo di agevolazione fiscale e uno sviluppo economico collegato all'iniziativa. La proposta riguarda un'area di circa 444 acri, inserita nella zona urbana e in una zona di sviluppo economico della contea di Cameron. L'avviso pubblico precisa che il progetto potrebbe essere realizzato in più fasi e ampliato in futuro.

È una scelta locale con una posta in gioco molto più ampia. In Texas, infatti, il confronto sui data center non riguarda soltanto l'arrivo di capitali e posti di lavoro. Riguarda **chi paga l'energia necessaria a far funzionare queste infrastrutture**, quanta **acqua** consumano, quali **conseguenze ambientali** producono e quanto potere hanno le comunità di decidere cosa costruire vicino alle proprie case.

Dopo lo schiaffo elettorale, Musk continua a mettere sulla bilancia sempre più soldi pur di fare quello che vuole

Musk conosce bene il peso politico di queste domande. Ha sostenuto il governatore uscente Greg Abbott e speso circa 200 milioni di dollari per promuovere il repubblicano Ken Paxton nella corsa al Senato e per mantenere un ambiente politico favorevole alle sue aziende e ai data center.

In particolare ha fatto il giro del mondo lo scontro tra Musk e il democratico **James Talarico**, che ha trasformato quel sostegno milionario ai repubblicani in un tema di campagna: Talarico ha infatti affermato più volte che **il seggio senatoriale "*non appartiene a Elon Musk*"** e che "***il Texas non è in vendita***", usando quelle cifre come simbolo dell'influenza eccessiva dei miliardari tecnologici sulla politica.
Talarico ha poi battuto Paxton con oltre 12 punti di

vantaggio, dimostrando che nonostante i muscoli finanziari sono sempre le buone idee a vincere (quando ci sono per davvero).



GINA HINOJOSA, GOVERNATRICE DEL TEXAS, E JAMES DELL TALARICO, SENATORE

Poi, come tutti sappiamo bene, i repubblicani hanno perso le elezioni texane e Hinojosa ha quindi conquistato la carica di governatrice con una promessa esplicita: una moratoria sui nuovi data center fino all'approvazione di norme a protezione dei cittadini.

La sfida è dunque profondamente politica. Il progetto di SpaceX non dimostra da solo che Musk voglia provocare la nuova amministrazione, ma rende immediatamente concreta la tensione tra la sua strategia industriale e il mandato elettorale di Hinojosa. La governatrice dovrà stabilire se mantenere l'impegno preso con gli elettori, anche davanti a un investimento da decine di miliardi, o se riconoscere alle infrastrutture digitali una priorità legata alla crescita economica e alla competizione tecnologica.

Il Texas primo banco di prova per i data center americani

Il Texas è diventato uno dei principali poli mondiali per i data center grazie all'abbondanza di energia, ai terreni relativamente economici e a politiche favorevoli alle imprese. **Meta, Google e Microsoft** hanno già annunciato importanti progetti nello Stato, ma la corsa si è scontrata con i limiti della rete elettrica e con la crescente opposizione di comunità rurali e residenti preoccupati per bollette, acqua e uso del territorio.

Ad agosto Abbott ha bloccato il collegamento alla rete di nuovi data center e ordinato una verifica dei progetti, dei consumi previsti e degli incentivi fiscali. Non ha però introdotto una moratoria formale, e alcune misure adottate hanno una scadenza ravvicinata. Secondo l'operatore elettrico dello Stato, prima dello stop **erano in lista oltre 400 gigawatt di progetti di data center**: una quantità enorme, che mostra quanto le richieste di connessione abbiano superato la capacità di pianificazione.

Il progetto di SpaceXAI aggiunge un elemento rilevante: un impianto a gas destinato ad alimentare il sito di calcolo. Produrre energia sul posto può ridurre la dipendenza dalla rete, ma non elimina le domande sull'impatto complessivo. Restano da valutare le emissioni, il consumo di risorse e gli effetti sull'area. L'eventuale agevolazione fiscale apre inoltre un'altra questione: **quali benefici concreti riceveranno i residenti in cambio del sostegno pubblico**?

Starbase è stata incorporata come città nel 2025 e ospita alcune centinaia di dipendenti di SpaceX e i loro familiari. Questo legame tra impresa e territorio rende il caso particolarmente delicato. **Musk non è soltanto un investitore che chiede autorizzazioni**: è un imprenditore con una capacità eccezionale di influenzare il dibattito pubblico, i mercati e

la politica, e con società che hanno trasferito in Texas la propria sede o le proprie attività.



Gli americani non sono contro l’AI e i data center, ma chiedono regole e più democrazia

Una concentrazione di ricchezza e potere di questo livello è un’anomala rischiosa in democrazia. Non perché ogni grande investimento sia illegittimo, ma perché il rischio è che **le priorità di un singolo imprenditore finiscano per pesare più delle decisioni collettive**, soprattutto quando un territorio dipende dai posti di lavoro e dalle entrate promesse dalla sua azienda.

Hinojosa dovrà confrontarsi con una legislatura a maggioranza

repubblicana e con un settore che considera il Texas essenziale per la propria espansione (come sostiene ad esempio la Data Center Coalition). Ma la promessa di una moratoria è stata fatta agli **elettori**, molti dei quali **chiedono regole prima che nuovi impianti vengano approvati.** La prova per la nuova governatrice sarà trasformare quella richiesta in criteri chiari: chi paga le infrastrutture, quali limiti valgono per energia e acqua, come si distribuiscono costi e benefici.

La crescita dei data center può sostenere ricerca, industria e servizi digitali, non per questo ogni progetto deve essere approvato alle condizioni proposte dai suoi promotori. A Starbase, la questione decisiva sarà se il Texas saprà governare l'investimento di Musk nell'interesse pubblico oppure se saranno le dimensioni dell'investimento a dettare, ancora una volta, le regole della politica.

The post Elon Musk sfida subito i dem in Texas, 24 miliardi di dollari per un mega data center e una centrale a gas appeared first on Key4biz.

https://www.key4biz.it/elon-musk-sfida-subito-i-dem-in-texas-24-miliardi-di-dollari-per-un-mega-data-center-e-una-centrale-a-gas/593120/

Who What Wear Sells AI Visibility to Brands, Helping Fuel Double-Digit Revenue

Growth

The fashion publisher is leaning on events, branded social, and AI visibility as it enters its third decade. https://www.adweek.com/media/who-what-wear-20th-anniversary-revenue-growth/

Nelson Boyce Named Samsung Ads SVP Ad Sales

Boyce joins Samsung Ads from Google, where he was managing director of Americas, Large Customer Sales, Integrated Solutions Sector. https://www.adweek.com/agencies/nelson-boyce-named-samsung-ads-svp-ad-sales/

Amid Holiday Commerce Push, Reddit Tests an AI-Powered Product Review Portal

The review pages will use AI to compile product discussions from across the platform https://www.adweek.com/commerce/amid-holiday-commerce-push-reddit-tests-an-ai-powered-product-review-portal/