

Itali@Oggi.it

IL PRIMO SETTIMANALE DELL'ECONOMIA INTERNET

www.italiaoggi.it

ItaliaOggi7+Itali@Oggi.it: L. 3.000 (1,55 euro) - Spedizione in a.p. 45%, art. 2, comma 20/b, legge 662/96 - Filiale di Milano - Lunedì 15 Gennaio 2001

All'interno ItaliaOggi7



Raffica di agevolazioni per le imprese
Quesitario e Pagine Gialle

L'e-commerce supera la prova di fine anno

Roberto Cardoso Laynes,
direttore operativo di ChI



Nei principali siti sono cresciute le vendite. Non mancano però le lamentele dei consumatori

a pag. 13

Questa settimana

Inchiesta pag. 9

- Strumenti sicuri per i pagamenti on-line

Aziende 17

- Novocom è l'e-business di Confcommercio
- Un successo nato in cantina
- IrisCube cresce puntando sul proprio vivaio
- Webegg assiste le imprese nel cambiamento
- Il wap di Infinito
- Con Chiamocompro acquisti senza rischi

Normativa 23

- Maggiore tutela per il diritto d'autore su Internet

Le cifre 35

- Le investor relations si trasferiscono su web

Computer & tlc 37

- Il Dna sarà il motore dei futuri computer
- Proposte tecnologiche per le pmi

Carriere 55

- Avvocati esperti in e-business

Formazione 56

- Specializzarsi in e-design

BusinessTech
Una pubblicazione
McGraw-Hill Itali@Oggi.it
da pag. 45

Offro Lavoro 550
POSTI SPECIALIZZATI
da pag. 57

Supplemento al numero odierno di ItaliaOggi7



Gud Sciopping.

Da oggi gli spazi su AltaVista li vende AltaVista.

alta vista:
conoscenza senza limiti

www.altavista.it

UN SUCCESSO NATO IN *cantina* CREANDO SITI ANIMATI

DI ROBERTO FABEN

www.eurorunner.com

Amici d'infanzia, compagni di scuola e di università e infine colleghi di una net company che si sta rapidamente affermando nei complicati interstizi del mercato digitale. Inizia da lontano la storia di Giuseppe Boccuzzi, 29 anni, Giuseppe Covino, 30 anni, Jacopo Deyla, 29 anni, Franco Milazzo, 30 anni, tutti bolognesi, soci in Eurorunner srl, una società che da start-up si è ricavata un ruolo di primo piano nella realizzazione tecnica su commissione dei siti Internet (in particolare dei siti in flash, ossia animati).

Nasce da un'amicizia tra Franco Milazzo e Giuseppe Boccuzzi. Quest'ultimo, presidente del consiglio d'amministrazione della Eurorunner, racconta la storia: «Da sempre ci ha accomunato la passione per il computer e l'informatica.

Dopo la fine degli studi, verso la fine del 1996, abbiamo iniziato a lavorare per un'organizzazione non profit che si occupava di organizzare convegni a livello europeo. Da qui il contatto concreto con la comunicazione elettronica. Il nostro progetto di fare business con la comunicazione informatica è partito senza alcun finanziamento. All'inizio dedicavamo a questa attività soltanto una parte del nostro tempo, andando a bussare alle porte dei negozi, accorgendoci che la gente comune non era sensibile al nostro argomento. Quindi abbiamo spostato il nostro raggio di azione verso le aziende e verso un pubblico più professionale che potesse comprendere il valore aggiunto di questi servizi. La nostra prima commessa è stata quella di un'azienda bolognese per la quale abbiamo costruito un data base di curricula professionali. Successivamente la nostra attività ha iniziato ad attecchire e sono stati i clienti ad avvicinarsi a noi».

E, scorrendo l'elenco delle commesse portate a termine da Eurorunner, si capisce quanto questa società, da start-up che si arrangiava nella classica cantina, sia diventata una realtà solida (si è trasferita in un ufficio di più di 300 metri quadrati, il che descrive simbolicamente il percorso di espansione). La famiglia Loeffelhardt (proprietaria, in Germania, nei pressi di Colonia, del parco Phantasia-land) ha commissionato a Eurorunner il sito di Mirabilandia (www.mirabilandia.it), il parco di divertimenti sulla statale Adriatica, a Savio di Ravenna,



Sopra i soci di Eurorunner e, in basso, il sito Malaguti realizzato dalla società bolognese



un complesso dalla superficie di 700 metri quadrati e gestito un sito in flash. E poi il sito della Malaguti moto (www.malaguti-moto.it), realizzato attraverso una combinazione di immagini tradizionali html e immagini in movimento (in flash 4.0) con un look futuristico, definito post Matrix. E ancora altri siti, come quello della Emmanuel Schvili (www.emmanuel-schvili.it) l'azienda italiana leader nel settore dell'abbigliamento creativo (creato con suggestioni dai cartoons, dalla pop art e dal fumetto), quello del gruppo musicale Lunapop (www.lunapop.com, con la possibilità di leggere i testi delle canzoni, di vedere i video e le apparizioni televisive), quello di Einstein (www.einstein.it), una giovane società bolognese di abbigliamento sportwear e streetwear.

Idee e argomenti per diverse esigenze e gusti, ma con un comune denominatore: l'utilizzo di un design tecnologico che oltrepassa la statica della vetrina per costruirne una dinamica, nella

quale trovano spazio effetti speciali (sul modello televisivo) e varie forme di animazione che rendono accattivante per il navigatore il collegamento con il sito. «All'inizio per realizzare un sito non si spendeva molto, ma ancora oggi», osserva Boccuzzi, «le aziende trovano difficoltà a investire al di sopra di certe cifre. Per realizzare un sito di una certa qualità, considerando il notevole e complesso lavoro preparatorio (analisi della situazione, produzione di statistiche e di mailing list, cura della parte grafica), una cifra ragionevole può essere nell'ordine di circa 100 milioni.

Per il 2001 vorremmo trovare clienti disposti a investire per la realizzazione di siti dai 30 ai 100 milioni. Attualmente il nostro fatturato è di circa 1 miliardo e contiamo di raddoppiarlo. Ma per far questo occorre investire in figure professionali da inglobare nella società, che ci permettano di elevare qualitativamente le nostre potenzialità di produzione».

IrisCube cresce puntando sul proprio vivaio

DI JARVIS MACCHI

www.iriscube.com/

Una società di consulenza che progetta e realizza soluzioni e strategie integrate per la new economy con una fortissima attenzione alla formazione del suo vivaio interno, le sue risorse umane. È questa IrisCube, società nata nell'ottobre 2000 dall'esperienza quasi decennale maturata da Iris technologies, realtà fondata nel 1991, quando la new economy era ancora un sogno, da due colleghi che si sono conosciuti lavorando fianco a fianco in America, a Redmond, per Microsoft. «Come idea il progetto IrisCube nasce molto prima della sua costituzione ufficiale, nel 1991, quando Luca Miccoli e Augusto Fazioli fondano Iris technologies», spiega Claudio Papetti, direttore generale e partner di IrisCube, «un progetto a cui io ho aderito

diventando partner nel 1993. IrisCube nasce proprio da questo, con l'idea di costruire una società di consulenza radicata nel mondo dell'information technology che riesca a portare come valore aggiunto tutta la sua esperienza e competenza nei processi di sviluppo dell'azienda». Core business dell'azienda è la consulenza, nei settori del multicanale, del wap e della tecnologia wireless, nel mobile commerce e nasce dalle ceneri di Iris technologies, una realtà che dal miliardo di lire di fatturato del 1995 è passata agli 11 del '99. «Tra i nostri campi di attività», spiega Papetti, «ci sono le soluzioni per il B2B, il mobile commerce, il multichannel finance, e in questo momento stiamo realizzando soluzioni tecnologiche per Banca 121, ma», sottolinea il direttore generale, «il nostro ruolo va a coprire tutta l'area della consulenza. Per il 2000», conferma il di-

rettore generale di IrisCube, «prevediamo un conto economico da 18 miliardi, con un significativo incremento rispetto al '99». Tra i fattori che contraddistinguono le strategie di IrisCube, che conta clienti come Hdp, Barilla, Epsom, Nestlé, Novartis, Siemens, Microsoft e Caboto, fondamentale è l'approccio con il fattore umano, che attraverso lo slogan l'uomo al centro riassume la filosofia della società verso i dipendenti. Oltre a un aggiornamento costante e continuo e a un'attenzione che, come conferma anche Papetti, «punta a creare una struttura aziendale basata sulla formazione secondo la logica del vivaio», il piano di benefit riservato ai dipendenti ha permesso alla società di contenere il turnover al di sotto del 10% e di attrarre nuovi talenti: da 85 collaboratori a fine '97 (come Iris technologies) la società è infatti cresciuta e ora vanta un or-

ganico di 180 persone. All'interno della società è stato inoltre creato un laboratorio di idee, che svolge un'attività autonoma di ricerca e sviluppo di nuovi servizi. Attraverso IrisCube lab, infatti, la società verifica sul campo la validità dei modelli di business e delle soluzioni tecnologiche per poi proporli ai clienti.

Claudio Papetti

