

Fastweb sceglie Madd per la realizzazione del nuovo sito Internet

MILANO ■ Sarà la milanese Madd a realizzare il nuovo sito istituzionale di Fastweb, la società del gruppo e-Biscom guidato da Silvio Scaglia e Francesco Micheli.

La gara è stata vinta dalla giovane società di Milano, nata lo scorso autunno in seguito a uno spin-off di Datanord Multimedia (a sua volta acquisita dalla Banca popolare di Brescia), dopo un serrato confronto al quale hanno preso parte i principali protagonisti di questo business emergente. Il mandato della Madd è, per ora, quello di fare il cosiddetto "Web design", ossia in sostanza di realizzare il software base per realizzare il vero e proprio sito istituzionale di Fastweb, l'azienda che comincerà molto presto a offrire servizi multimediali a banda larga (tipo "turbo-Internet") alla ricca clientela milanese.

«Abbiamo in mente alcune "sorprese" — dice il presidente di Madd, Marco Donati — per innovare rispetto ai siti tradizionali. Del resto il lavoro sarà facilitato anche dal fatto che Fastweb ha già messo a punto un network che consente di fare applicazioni commerciali in "banda larga", cioè con un canale trasmissivo molto potente che consente di trasmettere anche video, musica, audio a grandissima velocità superando molti dei problemi classici che affliggono oggi gli utilizzatori di Internet».

R.E.

Madd, compagni di vita e di e-business

Sono partiti in ottobre. Tre mesi dopo avevano commesse per 350-400 milioni. Poi hanno fatto il salto di qualità con la vittoria nella gara per la realizzazione del sito di Fastweb, la società frutto della partnership Aem-e.biscom. Un lavoro che vale ottanta milioni per il primo livello ma che in futuro significa anche un video-portale, le applicazioni per il customer care, e un bel biglietto da visita da spendere nel mondo delle aziende medio-grandi. Madd, la new media agency di Marco Donati e Antonella Marangione (foto), compagni nel lavoro e nella vita, entrambi transfughi di Data-nord, si è imposta anche grazie all'innovativo software contenuto nel suo progetto, che sarà online alla fine di questo mese. Spiega Marangione: «In Madd lavorano 17 persone, che dovrebbero diventare 30 entro la fine dell'anno, con un'organizzazione trasversale che permette di risparmiare molto sui costi e garantirci alti margini. E ognuno segue più fasi del progetto». E dopo Fastweb stanno arrivando altri clienti, fra i quali una società di ricerca interessata a indagini di mercato online. (L.F.)



ALL'OMBRA delle grandi web agency, i piccoli crescono diventando temibili concorrenti. Mentre Inferentia di Enrico Gasperini e Data Nord Multimedia di Adrio De Carolis, nei giorni scorsi hanno annunciato una fusione per presidiare il mercato, Madd porta a casa nuovi contratti. La web agency creata poco più di un anno fa da Marco Donati e Antonella Marangone, due trentenni milanesi saliti rapidamente alla ribalta per essersi aggiudicati progetti importanti (un esempio per tutti, Fast Web) stanno trattando per portare nel capitale della società un investitore internazionale del settore degli internet professional services. Stretto riserbo sul nome del partner, ma dichiarato l'obiettivo: accelerare una crescita del business che moltiplicherà fatturato e profitti.

Cresce bene anche Paperand, la società diretta da Roberto Marcolini che ha realizzato sulla grandere il primo portale e-commerce Business to Business per i prodotti da ufficio. Nei primi sette mesi di attività il fatturato ha superato i 6,3 miliardi di lire e le aziende-clienti sono arrivate a quota 1.500. Un buon risultato che ha convinto il direttore e-business del gruppo, Luigi Smeraldi, a fare il restyling del portale



Galleria

di MARCELLA GABBIANO

I piccoli concorrenti delle "Web Agency"

www.paperand.com, implementando la piattaforma con nuovi servizi per i navigatori.

Aggiunge servizi dedicati ai surfers internettiani, anche MutuiOnline, la società di Alessandro Fracassi e Marco Pescarmona sbarcata sulla grande rete nella primavera scorsa. Visto che il credito al consumo erogato da banche e istituzioni finanziarie specializzate cresce a vista d'occhio (secondo l'osservatorio Assosin-Crif-Pro-

meteia, nei primi sei mesi del 2000 è salito del 20 per cento a quota 74.620 miliardi di lire), MutuiOnline ha dato vita a PrestitiOnline. Trovando sul mercato già sette partners finanziari tra cui Agos Itafinco (Banca Intesa, Crédit Agricole, Banque Sofinco), Consel (Banca Sella), Deutsche Bank Mutui e

Finconsumo (San Paolo-Imi, Bsich). Così dalla fine di marzo sarà possibile scegliere, richiedere e ottenere un finanziamento personale online.

A finanziare nuove start up ci pensa invece Apax Partners, uno dei principali gruppi internazionali di investimento in venture capital e private equity nel mondo e focalizzato in settori in forte crescita. Ha annunciato la prima chiusura a 4 miliardi di euro (quasi 8 mila miliardi di lire) del fondo pan europeo Apax Europe V. Nei piani del presidente di Apax Partners Ventures, Holdings, Ronald Cohen, supporterà gli investimenti delle start up in Europa e in Israele. Circa 1,5 miliardi di euro del nuovo fondo saranno destinati a investimenti in società early stage con un occhio di riguardo per quelle che potranno diventare leader mondiali.

**I "nuovi",
da Madd
a Paperand,
da Mutui
on line
ad Apax**

GALLERIA

di MARCELLA GABBIANO

Prada fa rotta sulla Puma

Sulla cresta dell'onda (in tutti i sensi), **Patrio Bertelli** sta già pensando a come mettere a frutto il grande successo di **Luna Rossa**. E cosa c'è di meglio che comprarsi un produttore di abbigliamento sportivo da rilanciare sotto i colori di **Prada**? Nulla. Infatti negli ambienti modaiol-finanziari gira voce che Bertelli abbia intenzione di portare sotto il cappello della maison il gruppo **Puma** (quotato alla Borsa di Francoforte). La casa tedesca avrebbe due aspetti molto appetibili per il marito della stilista **Miuccia**. Il primo è che ha una forte specializzazione nell'abbigliamento sportivo. Il secondo è che dispone di una rete distributiva ben avviata. Cosa che si inquadra perfettamente nella strategia di Bertelli, che tende a controllare direttamente i punti vendita.

Controllare il mercato dei fornitori di servizi Internet è invece l'obiettivo di **e-Planet**, azienda nata nel '93 in un garage di Firenze dove tre dei quattro soci fondatori assemblavano computer. Nel '99 ha fatturato 83 miliardi, controlla il 100 per cento di **PlanetWork** (20 miliardi di fatturato, attiva nel comparto telefonico e dei servizi on line), ha una partecipazione del 17 per cento nel consorzio **Dix.it**, quello che parteciperà alla gara per l'assegnazione delle licenze Umts (così si chiama la tecnologia dei cellulari di terza generazione) e si quoterà al Nuovo Mercato entro quest'anno. Bene, il presidente e socio fondatore **Luigi Orsi Carbone**, che ha tutte le intenzioni di dar filo da torcere ai con-

correnti, ha nominato **Riccardo Leoni** amministratore delegato della società. Soffiandolo a **Global One**.

Dal canto loro **Marco Donati** e **Antonella Marangione** hanno soffiato alle varie società che partecipavano alla gara l'appalto per la realizzazione del sito di **Fastweb** (la società creata da **Aem** insieme a **e-Biscom**). I due, fuorusciti quattro mesi fa da **Datanord**, hanno creato **Madd**, società che grazie all'unione di molte esperienze diverse (per ora sono in 17 i professionisti) offre ai suoi clienti siti Web di tutti i tipi.

Altra partnership, sempre sul fronte Internet, è quella realizzata da **Eurotrade** (società informatica specializzata nel trading online e nell'e-commerce di cui è vicepresidente **Stefano Masullo**) e **Finsiel** (società del gruppo **Telecom Italia**). Obiettivo: sviluppare e commercializzare la piattaforma elettronica di trading online realizzata da **Eurotrade** che si chiama **Quick Trading**.

E finiamo con una joint-venture legale. **Simmons & Simmons Grippo**, studio legale internazionale fondato a Londra nel 1896, siglerà un accordo di collaborazione con lo studio legale associato di Padova, fondato cento anni dopo dagli avvocati **Paolo Brugnera** e **Paolo Gnignati** (che a seguito dell'operazione, diventeranno associate partner). La joint-venture prevede comunque che nel giro di un anno i due studi si fonderanno per presidiare una zona, quella del Nord-est, ricca di importanti aziende e gruppi industriali, finanziari e bancari.

*Per e-Planet
in arrivo
un nuovo
top manager
da Global One*

MARCO DONATI E ANTONELLA MARANGIONE

Di corsa sul Web

È appena nata. Ma ha vinto una gara importante, quella per la realizzazione del portale di Fastweb, la società di servizi Internet ad alta velocità dell'area milanese.

E proprio grazie alla velocità, Marco Donati, 36 anni e Antonella Marangione, 31 anni, fondatori della new media agency Madd, si sono aggiudicati la realizzazione del portale verticale, dedicato ai primi 100 clienti aziendali della società di telecomunicazioni di Silvio Scaglia e Francesco Micheli. Donati e Marangione hanno sfidato, e vinto, altre new media agency, tra cui Inferentia e Datanord multimedia, una delle maggiori agenzie Web in Italia, acquisita l'anno scorso dal gruppo Bipop-Carire e creata da Adrio De Carolis. De Caro-



lis, nome noto negli ambienti Internet milanesi, partecipa, tra l'altro, come socio fondatore al sito di informazione economico-finanziaria www.soldionline.it, che ha da poco annunciato l'intenzione di quotarsi al Nuovo mercato. I due giovani imprenditori hanno lavorato sino a poco tempo fa proprio in Datanord multimedia, dove hanno acquisito le competenze che hanno permesso loro di aggiudicarsi il progetto, il cui valore è dell'ordine di un centinaio di milioni di lire.

Alla realizzazione del sito saranno dedicate sette persone a tempo pieno, tra i 17 professionisti che compongono la new media agency milanese. Il portale di Fastweb, che sarà on-line a marzo, avrà un forte impiego di grafiche multimediali, video e audio. Ma offrirà anche servizi integrati Internet e telefonici, per l'area call center e help desk. Il tutto a gran velocità.

■ PREMIO «L'IMPRENDITORE DELL'ANNO»

Conto alla rovescia sul web

Manca un mese alla scadenza delle iscrizioni per partecipare al premio «L'imprenditore dell'anno», organizzato dalla Ernst & Young, con il contributo di Citibank, Omnitel, Hewlett Packard e Sap, con il supporto de «L'Imprenditore» e in collaborazione con Il Sole-24 Ore e il patrocinio della Borsa Italiana. Il riconoscimento premia le imprese che si sono distinte nell'eccellenza gestionale. Il modo più veloce per partecipare è compilare il formulario sul sito



www.eypremio.com. Su Internet sono contenute tutte le informazioni necessarie per la partecipazione. I vincitori (uno assoluto e sei di categoria) saranno premiati il 3 novembre a Milano.

SU INTERNET

L'IMPRENDITORE DELL'ANNO
● www.eypremio.com



-----Messaggio originale-----

Da: Francesco Valenzano [mailto:fraelovdesign@libero.it]

Inviato: domenica 11 febbraio 2001 16.00

A: MADD

Oggetto: FraelovDesign

FraelovDesign

Web & Communication
www.fraelovdesign.f2s.com

11 Febbraio 2001

Spett.le MADD S.p.A.,

Vi informiamo che la FraelovDesign Web&Communication ha inserito il vostro sito www.madd.it fra le agenzie di web marketing più interessanti nel mondo.

Potete visionare alla pagina

<http://www.fraelovdesign.f2s.com/link.htm>

Abbiamo anche inserito la Vostra offerta di lavoro, trovata sul Vostro sito, come la miglior offerta nella "New Economy", della settimana 12-18/02.

La pagina è

<http://www.fraelovdesign.f2s.com/offerte.htm>

Vi ringraziamo per la collaborazione, arrisentirci.

Francesco
fraelovdesin@libero.it

FraelovDesign - Web&Communication
www.fraelovdesign.f2s.com
info@fraelovdesign.f2s.com

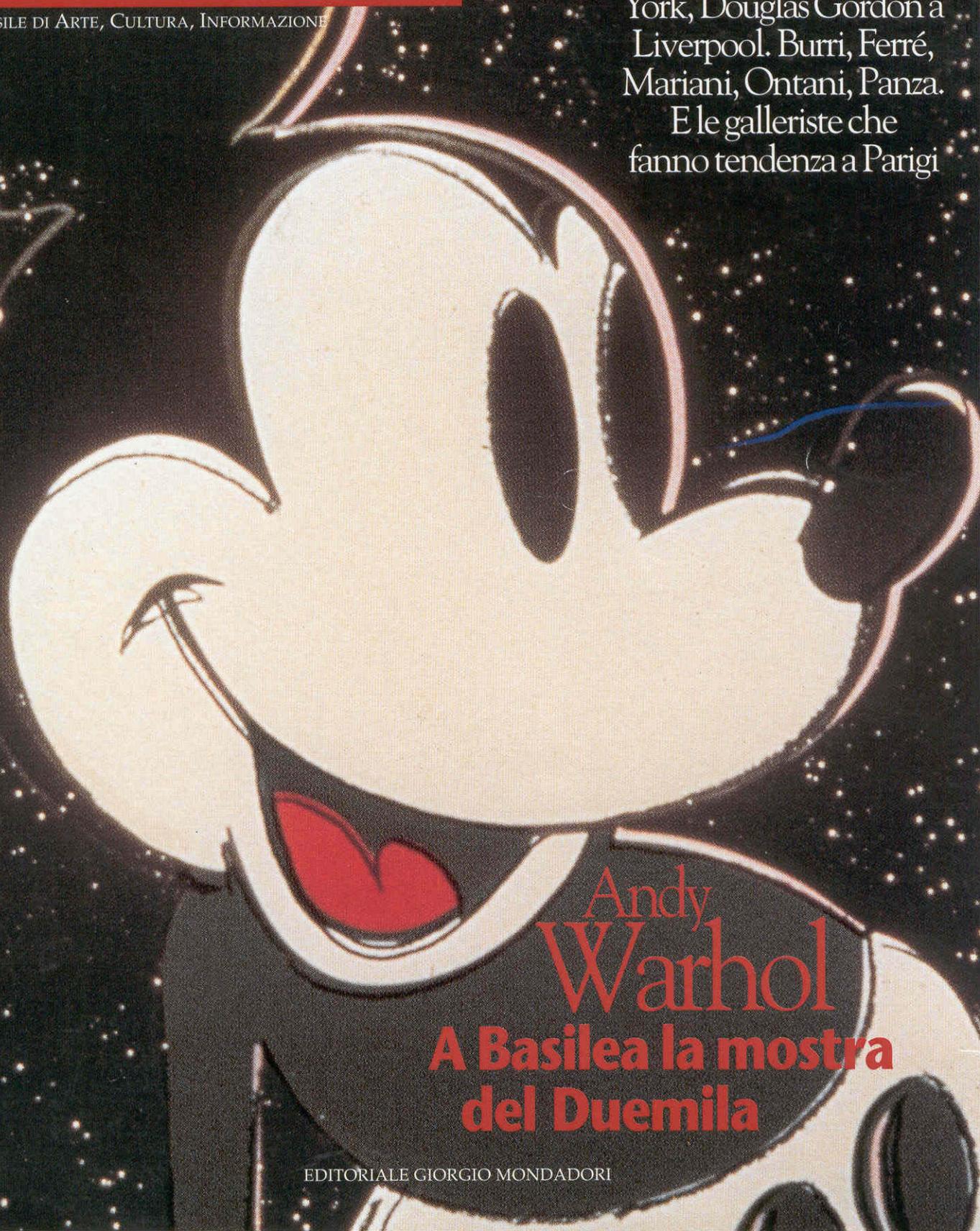
Arte

WEB DESIGN Ecco i nuovi creativi

MENSILE DI ARTE, CULTURA, INFORMAZIONE

Protagonisti

Egon Schiele a Milano,
Pierre & Gilles a New
York, Douglas Gordon a
Liverpool. Burri, Ferré,
Mariani, Ontani, Panza.
E le galleriste che
fanno tendenza a Parigi



Andy
Warhol
A Basilea la mostra
del Duemila

SPED. IN ABB. POST. - 45% ART. 2 - COMMA 20/B - LEGGE 662/96 - MILANO - NUMERO 325 - SETTEMBRE 2000



L. 9.000
€ 4,65

EDITORIALE GIORGIO MONDADORI

IMAGINE

84

DO YOU LIKE TO DREAM?

Un'immagine tratta da un'animazione di Nicola Stumpo. I suoi lavori spaziano da riferimenti ai cartoon ai video clip. Si possono vedere all'indirizzo www.quam.it/abc, sul sito dell'agenzia milanese Quam, con cui Stumpo collabora da un paio d'anni.

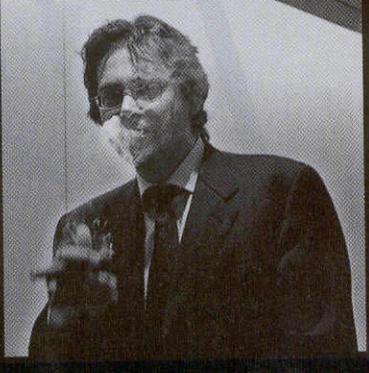
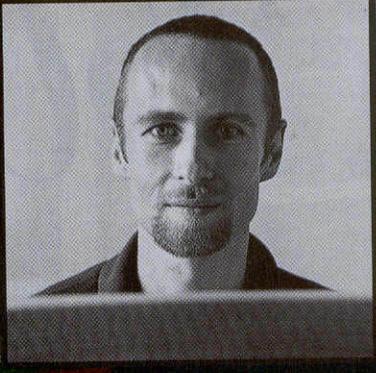
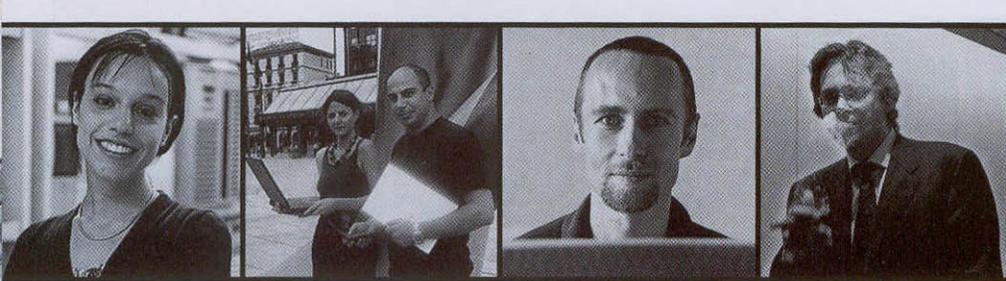


Foto Mario Chioldetti

Da sinistra, Elena Silva di Inferentia, Marco Donati e Antonella Marangione di Madd, Paolo Colonna della Sapient e Mario Di Floriano di Glamm.



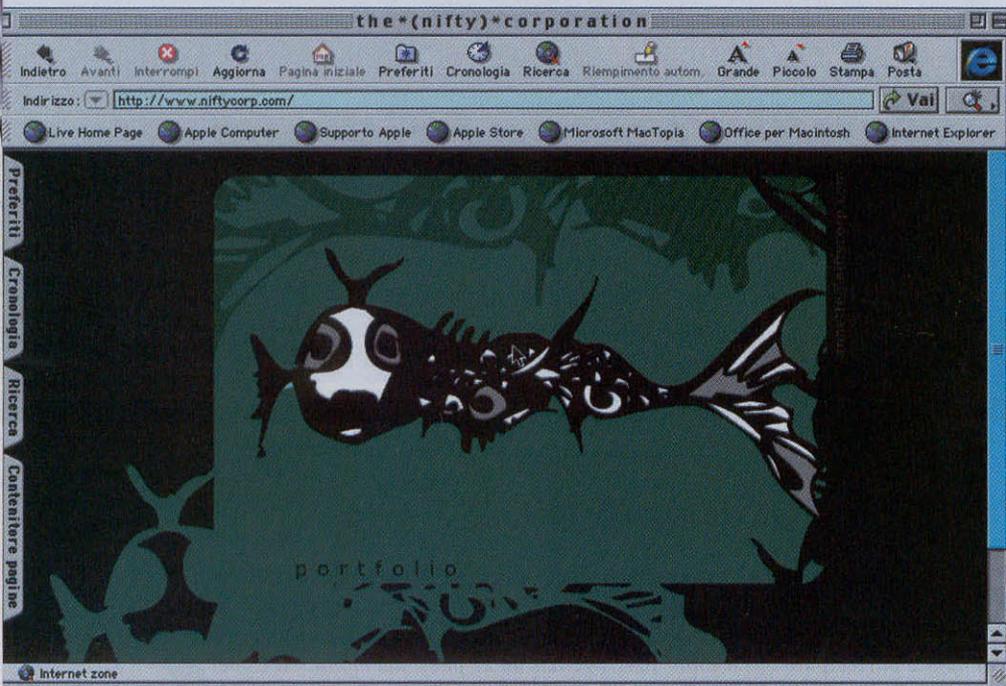
Inventiva

per queste piccole società, che spesso si aggiudicano affari per centinaia di milioni, le idee e l'iniziativa rimangono più importanti degli investimenti in doppiopetto.

Alta velocità in rete. Ai suoi esordi la televisione era talvolta chiamata la "radio con le immagini", una definizione che spiega perché i programmi dell'epoca seguissero i formati delle

trasmissioni radiofoniche, con una voce fuori campo che descriveva all'ascoltatore ciò che in realtà poteva vedere da sé sullo schermo. Anche se è vero che, come sottolinea Donati, "la grafica movimentata del web ha influenzato quella dell'editoria e della pubblicità", internet segue rispetto alla carta stampata il destino di sudditanza comune a tutti i nuovi

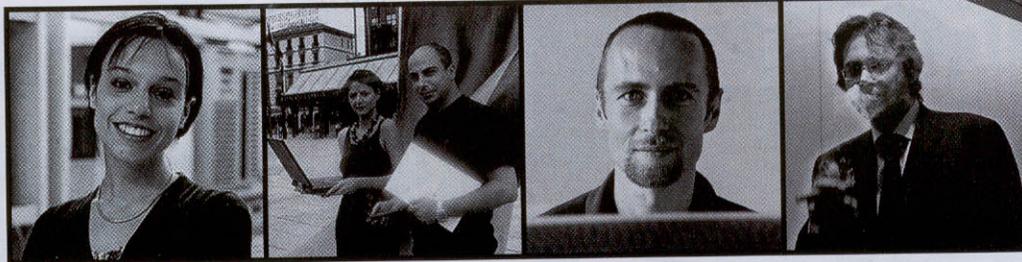
media. Ma "la grafica del web ha potenzialità maggiori, come l'animazione e l'interattività, che sono ancora tutte da scoprire" spiega Elena Silva, uno degli art director di Inferentia. Certo, essendo strettamente legata a una tecnologia ai suoi esordi, ha anche dei grossi limiti, come la connessione lenta, la necessità di usare file leggeri. Inoltre, se si usano programmi troppo aggiornati si rischia di creare problemi all'utente. Pericolo, quest'ultimo, che non sembra preoccupare troppo i web designer, convinti che il pubblico si abituerà presto ai ritmi della rete. "In internet tutto è accelerato. Le tendenze cambiano in fretta. Un sito ha una vita media di tre mesi. Dopo diventa superato, sia dal punto di vista grafico che tecnologico", precisa Milossi. Così le mode si scandiscono di mese in mese: fino a poco tempo fa andavano gli arrotondamenti, poi i profili più squadrati; l'animazione in Flash ha conosciuto un iniziale momento di entusiasmo, poi una flessione e di nuovo un ritorno. Per questo *Wired*, la rivista più di tendenza dedicata alla rete, cambia la grafica del logo a ogni uscita. Le mode le dettano in fondo loro, i creativi, che spesso accanto ai lavori più commerciali, nei siti più anarchici del web sperimentano soluzioni nuove. **The Remedi project** (www.theremediproject.com) è nato dichiaratamente con questo scopo, per "scoprire la vera natura di internet come medium". Presenta gli esperimenti interattivi di artisti e designer di tutto il mondo, come **Shannon Rankin** che per *Atlas magazine*, rivista online di fotografia, design e multimedia, sta progettando *Dreams*, un racconto interattivo in cui il visitatore è invitato a dare forma al sogno di un ipotetico personaggio. Ha partecipato a The Remedi project anche il 24enne **Nicola Stumpo**, uno



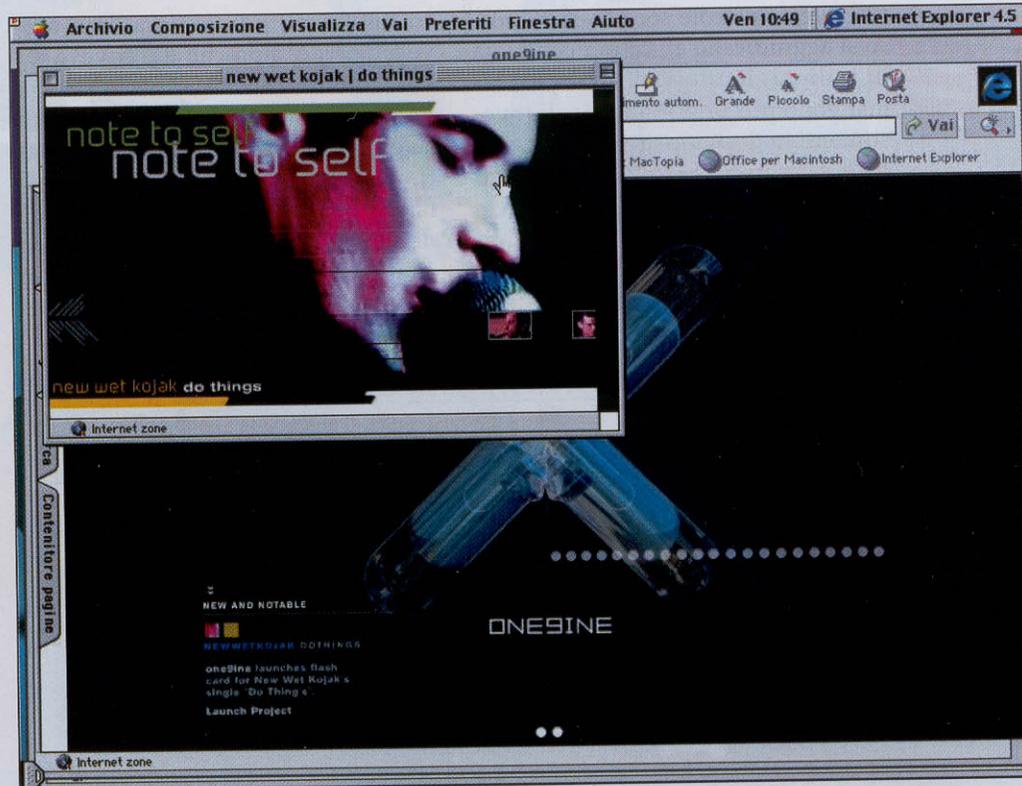
La Bibbia di Lynda, guru del digitale

È riconosciuto come uno dei libri più completi sul web design ed è adottato in diverse scuole in tutto il mondo. Fra gli addetti ai lavori lo chiamano la Bibbia, ma è di facile lettura anche per chi dell'argomento se ne intende solo un po'. **Designing web graphics**, *New Riders*, Indianapolis, Indiana, scritto da Lynda Weinman, viene aggiornato ogni anno con una nuova edizione. L'autrice, californiana, si occupa di grafica web e di animazione dalla fine degli anni Ottanta. Già professore all'Art center college of design di Los Angeles, ha scritto numerosi libri sull'argomento e ha di recente aperto la sua scuola a Ojai, in California ([web page www.Lynda.com](http://www.Lynda.com)). Dell'ampia offerta di periodici del settore, tra i più accreditati il mensile **Wired**, in lingua inglese. Danno ampio spazio all'argomento anche il bimestrale **Web marketing tool**, e i mensili **Computer Arts** e **Linea grafica**, tutti e tre in italiano.

Tecnologia



gruppo di amici appassionati di internet”, aggiunge Carla Travagnin della Glamm. È nata con questo spirito nel 1995 **Webanana**, un’agenzia di Treviso che vanta clienti come Lotto, Replay, Nordica e si è conquistata il titolo di portafortuna delle nuove società che entrano in borsa, dopo aver realizzato il sito per Finmatica. Alla base della grafica di Webanana, un recupero dell’illustrazione anni Cinquanta e Sessanta, rielaborata attraverso l’ampio uso dell’animazione in Flash. Un’accattivante scimmietta stilizzata – Webanana discende dall’albero della società di servizi tecnologici E-tree – è il logo ormai noto che guida il visitatore attraverso coloratissime immagini riprese dai cartoons. “Il nostro punto di partenza è sempre il disegno”, spiega Michele Milossi, fondatore e direttore artistico di Webanana, “in un clima, se vogliamo, di controtendenza rispetto alle immagini tecnologiche che dominano su internet”. Secondo Marco Donati, della **Madd**, la grafica on line dopo aver guardato all’America sarà in futuro sempre più influenzata dalla tradizione giapponese. “Proprio per la sua ricchezza di letture, il segno orientale è in sintonia con la logica del web, con la struttura complessa e aperta della rete”. Madd, fondata l’anno scorso da Donati – un architetto con una decina di anni di lavoro nel multimediale alle spalle – e Antonella Marangione, entrambi provenienti dalla Datanord Multimedia, ha sbaragliato la concorrenza di grosse agenzie di new media per la gara di appalto del portale di Fastweb, la società di servizi internet ad alta velocità dell’area milanese. “L’idea alle radici di Madd è il recupero di una dimensione atelieristica del lavoro, perché lo spirito originario, libero e vagamente anarchico di internet, non vada perso”. Insomma,



I premi ai web sites

Sta crescendo, al traino di un marchio famoso, quello del festival della pubblicità di Cannes, che si tiene in giugno da 47 anni, accanto alla famosa passeggiata della Croisette. È il **Cannes Cyber Lions**, concorso per i migliori siti web, istituito nel 1998, a cui hanno partecipato quest’anno 1047 agenzie da 27 paesi del mondo. Il Cyber Lions, nato da un’idea di Tim Smith, pioniere di internet, autore di numerosi libri sull’intelligenza artificiale e fondatore della Red Sky interactive di San Francisco, si articola in numerose categorie. Quest’anno, la sezione Brand promotion è stata vinta da Zenimax media di Rockville, Usa (Gold lion per il sito www.Vir2L.com); da Deepend, Londra (Silver lion per www.viaduct.co.uk) e da Framfab, Copenhagen (Grand prix per www.nikefootball.com), mentre il Cyber Trophy per la migliore pubblicità on line è andato a Ogilvy interactive worldwide, New York per la campagna *Ibm on line* (per informazioni: www.canneslions.com). Ancora poche le agenzie italiane che partecipano – solo una quest’anno – contro le 308 statunitensi, che rastrellano diversi premi in tutto il mondo. Ma la gara tra le agenzie web è accesa. Un altro concorso ambito è **Internet key awards** organizzato dal mensile MediaKey, che quest’anno ha assegnato quattordici premi, tra cui due a Glamm interactive per i siti di Credem (www.credem.it) e acquistato pugliese (www.aqp.it), e uno a Inferentia per Illycaffè (www.illy.com). Un altro concorso interessante, quest’anno alla terza edizione, è quello del quotidiano *Il sole 24 ore*. Si chiama *www*, e premia tredici siti, per categoria commerciale. Ma, da quest’anno assegnerà un premio speciale al sito con il miglior design (per info: www.Ilsole24ore.it/premiowww).