

[IMPRESE E TECNOLOGIA]

Internet per fare business, tutti i guru a Varese

Forum internazionale all'Università dell'Insubria. Tra le adesioni quelle di Eni, Oracle e Whirlpool

VARESE A Varese la nuova dimensione di internet, quella interattiva dei blog, dei messenger e delle wiki, diventa strumento indispensabile alle imprese per riorganizzarsi e diventare sempre più competitive. In una parola: fare business.

Più che di una realtà, si tratta di un'orizzonte tecnologico e culturale, quello cui sarà precisamente dedicato il «Forum internazionale on Enterprise 2.0» organizzato dalla facoltà di Scienze dell'Università dell'Insubria per la giornata di mercoledì 25 giugno, nell'aula magna di via Ravasi. «Evento internazionale non sono per il calibro dei relatori chiamati ad intervenire – ha spiegato il direttore del dipartimento dell'informatica e della comunicazione, Gaetano Aurelio Lanzarone citando tra gli altri Thomas Vander Wal, l'architetto informatico padre della folksonomy e il wiki evangelist Stewart Mader – ma anche per le aziende che hanno già inviato le loro adesioni, oltre 270, tra le quali figurano Eni, Italcementi, Oracle, realtà australiane, norvegesi e persino sudafricane accanto a quelle più legate al territorio come Whirlpool e BTicino».

Ma che cosa si intende per «Enterprise 2.0»? Di sicuro il forum di mercoledì non ha nulla a che vedere con l'astronave della fortunata serie di «Star Trek», ma in qualche mo-

do riguarda comunque la fantasia e la scienza, quelle reali e che creano il web ogni giorno. Si parlerà quindi della nuova stagione del web, la «2.0» appunto, quella della partecipazione democratica, perché paritaria, tra tutti gli utenti che non solo costituiscono ma costruiscono attivamente la rete, postando sui blog, creando link e contribuendo ciascuno con la propria competenza, all'enciclopedia on-line. Ma se ne parlerà in chiave di «business», perché gli strumenti rivoluzionari della e-democracy, dell'opensus e del copy-left, ovvero concetti apparentemente estranei se non addirittura opposti a quelli di profitto, possono diventare strumenti aziendali in grado di migliorare la competitività e quindi le prospettive di una piccola, media o grande impresa. Una prospettiva che riguarda il marketing, come è stato ad esempio per la nuova «500» della Fiat, progettata con la partecipazione dei futuri clienti, ma anche e soprattutto sull'organizzazione interna dell'azienda, «perché gestire le informazioni e le conoscenze con i nuovi strumenti di internet significa rivoluzionare la cultura e l'organizzazione interna dell'azienda», ha spiegato il preside della facoltà di scienze Alberto Coen. E a tal proposito al forum saranno presentati i case-history di Ibm, Bticino e Vodafone.

Lidia Romeo

