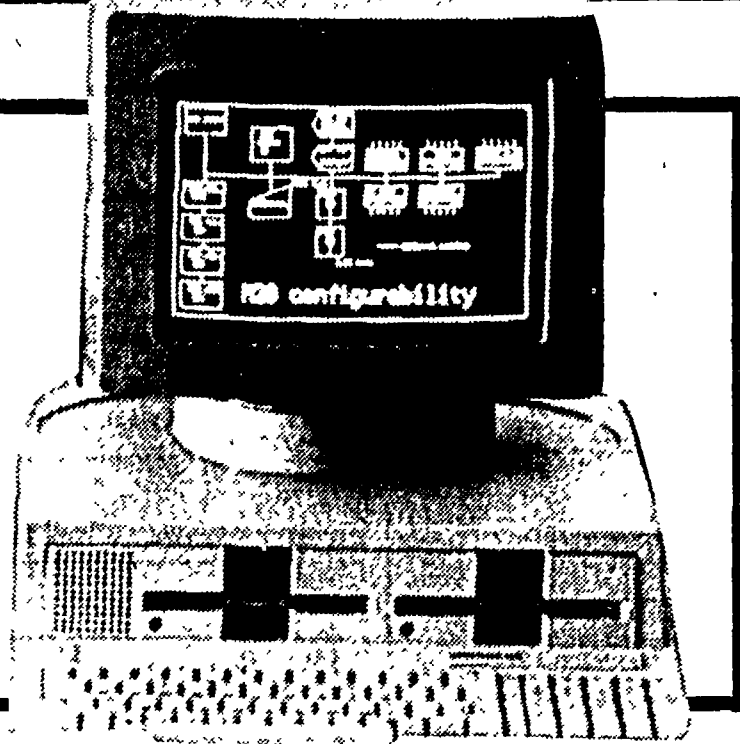


Viaggio nella Roma «postmo- derna» 2



Al telefono della Sincom chiama spesso l'Avvocato. È un grande cliente di questa «fabbrica di cervelli» che ha un capitale sociale di soli 500 milioni, è nata nel '78 per la testardaggine di due ex dipendenti della Italsiel e oggi si tiene bene sul mercato e fronteggia con gran classe la concorrenza. È un caso. Ma non l'unico, perché le «software houses» della Capitale sono tutte un po' così: giovani, accebi nella gestione commerciale, con giri d'affari significativi, a volte peccano di ingenuità ma hanno una gran voglia di «sfondare» e contano clienti prestigiosi. È il quadro che viene fuori sempre dalla ricerca condotta dalla cattedra di sociologia del lavoro della Facoltà di Magistero. Nel servizio precedente abbiamo esaminato la dislocazione a Roma di queste aziende. Stavolta cerchiamo di capire cosa producono, perché e per chi.

L'OFFERTA CHE CAMBIA VELOCEMENTE — Queste aziende, più di altre, trasformano i prodotti con una velocità senza precedenti. Ci sono le novità, i meccanismi cambiano, i programmi si rinnovano. Mai un «software» resta uguale per tanto tempo. È chiaro quindi che l'offerta in generale segue questa tendenza, che costringe gli operatori, i programmatori e gli analisti a revisioni del proprio lavoro a volte estenuanti. Ma d'altra parte il fascino di questo mondo, forse, è tutto qui, nell'evoluzione senza sosta. Le aziende romane messe sott'inchiesta sono cinque: La Datamont, la Systems and Management, la Syntax Spa, la Side Optimization Spa, la Tecciel. Ci sono poi altre sei aziende che hanno svelato il loro «segreto» attraverso interviste condotte dai ricercatori del Magistero. Il primo dato è il fatturato complessivo: 135 miliardi per 450 addetti. Cioè, un fatturato pro-capite di 300 milioni. Già questo dà il senso del volume

d'affari. In generale le prime cinque aziende offrono quattro tipi di servizi. **Ricerca e sviluppo:** è il settore dove vengono elaborate nuove tecnologie e si producono nuove teorie. **Education:** offre servizi di consulenza e assistenza agli utenti e corsi di formazione e aggiornamento. **Sistemi informativi:** qui si studiano e si realizzano nuovi software. Infine c'è il settore **Pacchetti applicativi:** l'utente del software richiesto. Una cartellata sui servizi particolari ci dà altri spunti sull'offerta. I settori in cui è maggiore l'intervento delle aziende sono: elaborazione dati, servizi di formazione, consulenza e manutenzione, progetti di software, acquisizione dati, controllo area mercati, contabilità e Iva, fatturazione, gestione ordini fornitori e gestione personale. Anche qui i servizi offerti mutano velocemente.

COME SI INVENTA IL «CERVELLO» — I programmi nascono in Italia per il 70

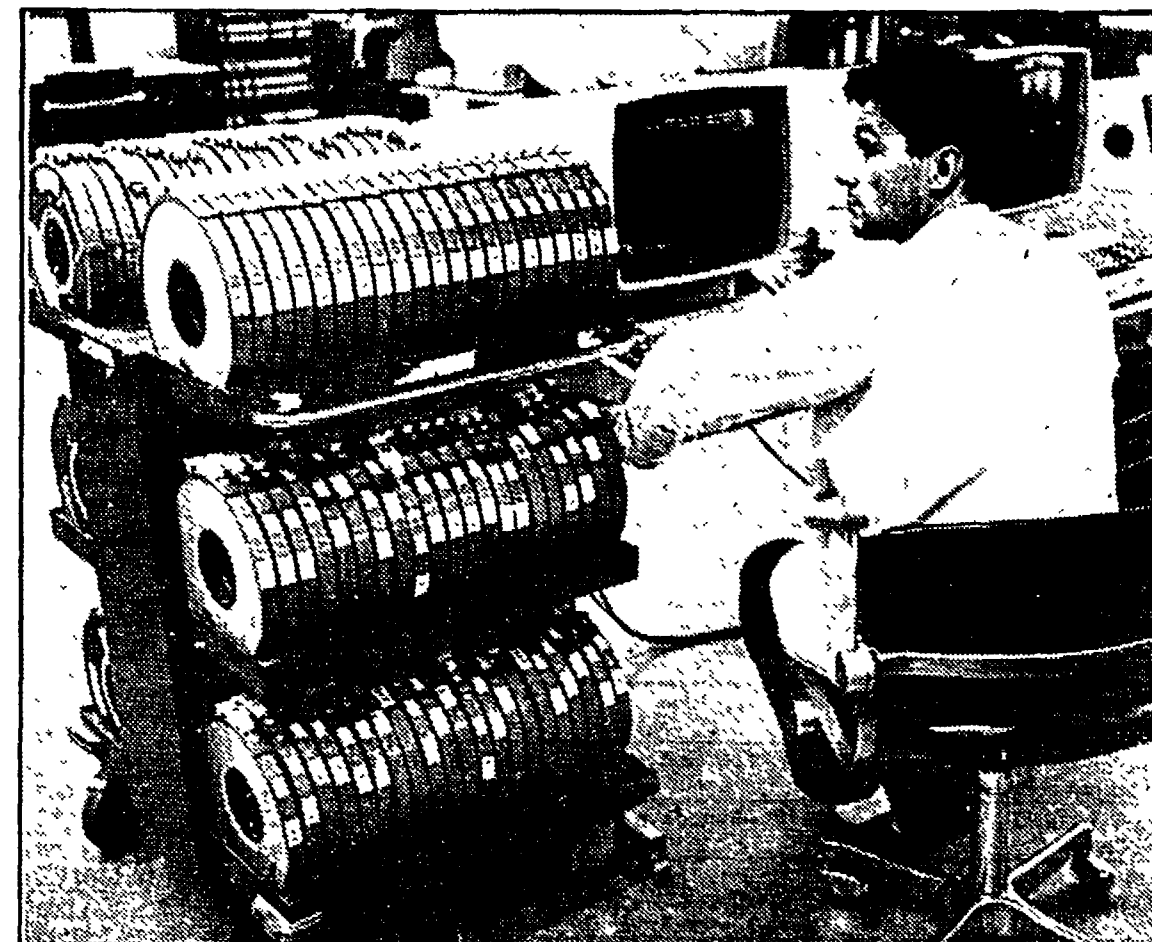
per cento. Il mercato americano invece si porta via un 20 per cento e l'altro 10 se lo dividono le aziende estere non Usa. Quasi tutte le «houses», eccetto qualche rarissima eccezione, producono il software direttamente, all'interno. Solo la Sincom usa, a volte, radiatore prodotti esterni alle esigenze del cliente. In quasi tutte le aziende ci sono settori di ricerca e sviluppo per approntare nuovi meccanismi. Conta molto l'aggiornamento del personale. Il nuovo software, in generale, si inventa dopo aver ascoltato consulenti, oppure aver partecipato a seminari specifici e a conferenze.

CHE COSA SI DOMANDA — Vanno forte i programmi per la «gestione dei clienti» e del «personale». A un buon livello la richiesta di archivi dati e «gestione delle linee di produzione». Discreto l'andamento dei programmi per la «progettazione» e per l'«uso sportivo». All'azienda il cliente chiede, inoltre, un'assistenza di buon livello nelle



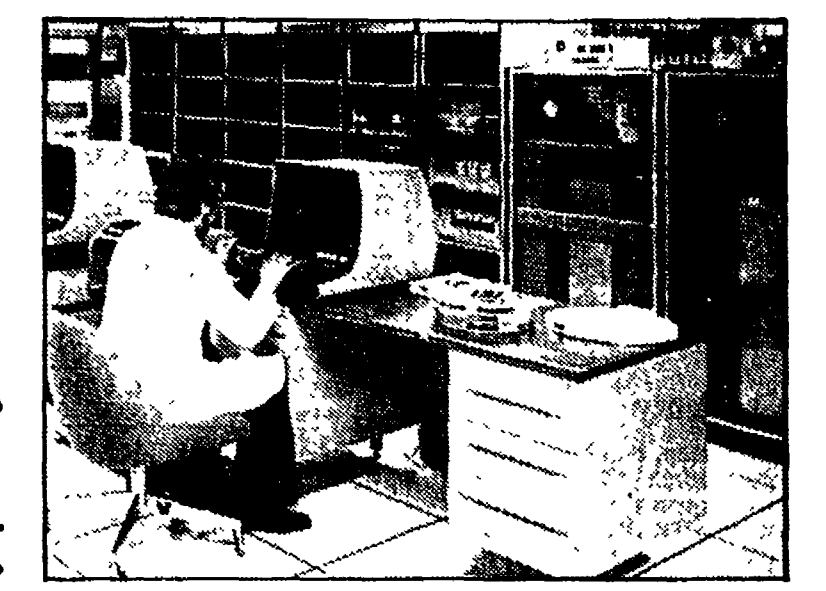
Il fatturato: 30 miliardi Così clienti prestigiosi fanno forti le «software»

Le aziende romane servono grandi industrie come la Fiat, banche, ministeri e assicurazioni - Il 70% dei programmi italiano, il 20 è Usa - Il credito spende di più per il «soft»



prime fasi di introduzione del computer (sfiora in generale il 90%, dice una ricerca del Censis sull'informatica in Italia), la personalizzazione del software e la manutenzione. A Roma in particolare la domanda più forte viene proprio dal terziario: dalle banche, dalle assicurazioni, dalla pubblica amministrazione, dal commercio, dagli studi professionali. Si piazza bene anche l'industria. È troppo bassa invece la domanda che viene dalla cultura, dalle scuole e dalla sanità. Anche il turismo è poco informatizzato.

CHI PIÙ SPENDE — In una graduatoria di chi spende soldi per il software il credito è al primo posto. La richiesta di software, e quindi la spesa, aumentano anche nell'agricoltura (è una tendenza nazionale) e nel terziario avanzato. È in calo, invece, nell'industria e nel terziario tradizionale. Le previsioni offrono la stessa tendenza. Sempre il credito — spiega la ricerca del Censis — pensa di utilizzare il 45% del proprio



bilancio per il software, il terziario tradizionale il 38%, il 14% l'industria e solo lo 0,6 l'agricoltura. Nel complesso si arriva al 15 per cento sul totale delle spese previste in bilancio. Ma il credito e il terziario la fanno da padroni.

IDENTIKIT DEL CLIENTE — L'avvocato Agnelli si serve alla Sincom, ma tra i clienti delle aziende romane ci sono industrie in ascesa, compagnie di assicurazione forti, ministeri importanti, alla Sincom, per esempio, che ha solo 27 dipendenti, si rivolgono alla Fiat e la Comao (settore industriale Fiat), la Società autostrade, l'Assitol (che è l'associazione produttori di olio), la Selenia, l'Eni, il ministero della Difesa, e la Rai. Clienti di prestigio, insomma. Ma non sono da meno gli altri. La Data Base, 160 dipendenti e 7 miliardi di fatturato, offre i suoi «cervelli» all'Assitalia, alla Tirrena, all'Unipol, alla Ras, alla Firs, alla Cidas e alla Minerwa nel mondo delle assicurazioni. Il settore delle teleco-

municazioni si presenta con la Sip, la Telespazio, Clip, Italcable, Stet. E ci sono ancora il Banco di Roma, l'Accea, il Cnr, i Vigili del fuoco, i carabinieri e la protezione civile. La Sme, che ha 75 dipendenti, annovera tra i suoi clienti l'Iri, la Siae, il Banco di Sardegna, la Honeywell, il ministero dei Trasporti, l'Eurodata, con 50 dipendenti, fornisce programmi alla Sip e all'Alitalia.

IL «SOFTWARE DI MASSA» — Sono solo alcuni clienti, forse i più prestigiosi, e danno un'idea di che cosa siano e dove vadano le «software houses» romane. Ma i «grandi clienti» sono solo una parte, forse la più piccola, del mondo che gira attorno alle «fabbriche di cervelli». Ci sono piccoli imprenditori e neonati uffici, professionisti sulla rampa di lancio e banche sconosciute: ma non sta in quest'uso di «massa» il futuro del computer?

Pietro Spataro
(continua)

Sorrisi e luci soffuse: ecco l'impresa del 2000

Breve viaggio nei locali super-moderni della Tecciel, 75 dipendenti, tre sedi, entrate '85 per sette miliardi - «Ci occupiamo di tecnologie trasversali...» - I requisiti dei prodotti - Una lunga selezione per i tecnici - «La concorrenza? Se c'è noi non la vediamo»

Tecciel significa «tecnologie e strumenti per i sistemi informativi elettronici». Scelta in modo del tutto casuale tra le «software houses» al centro della ricerca, abbiamo cercato di capire da vicino il funzionamento e la vita.

Al numero 32 di via Barnaba Orsani, una delle strade più tranquille del quartiere Parioli, c'è una palazzina immersa nel verde. Nessuna targa o insegna può far sospettare la presenza della Tecciel, «software house» del gruppo Iri-Fin-Siel. Dentro, invece, sorride, atmosfera cordiale e rilassata, luci diffuse, arredamento moderno e discreto. Tutto è pulito, ordinato, quasi troppo. Sono le 16, ma l'impressione è che nessuno lavori. Eppure con i suoi 75 dipendenti, 3 sedi (oltre Roma, Napoli e Pisa) e i suoi 7 miliardi di proventi nel 1985, alla Tecciel di lavora, eccome.

Alberto Arcangoli ha 46 anni. È amministratore delegato e direttore generale della Tecciel. Giacca, cravatta, gilet verde e occhiali con montatura in tartaruga, lavora in mezzo ai calcolatori da 21 anni. Proviamo a capire, per cominciare, di che si occupa la Tecciel. «Lavoriamo alla ricerca e allo sviluppo di strumenti per rendere più facilmente utilizzabili i calcolatori. Ci collochiamo in una posizione intermedia tra i costruttori e gli utenti finali: le cosiddette tecnologie trasversali. Provo a spiegarvi meglio. Esiste tutta una zona svincolata e indipendente dalle marche dei calcolatori. È il caso, per esempio, delle reti che devono poter funzionare pur essendo i calcolatori di marche diverse, oppure i linguaggi di programmazione, oppure l'accesso ai grandi archivi. Ecco, noi operiamo in questo tipo di settori».

Sono molte le «software houses» che, pur essendo legate come voi a grandi gruppi, hanno anche clienti esterni? «Sì, sono parecchie. Il lavoro che oggi facciamo noi — dice Arcangoli — prima era fatto dai costruttori stessi. Da qualche anno, però, si sta affermando sempre più un'offerta indipendente. È una tendenza di crescita molto forte: negli Usa gli «indipendenti» controllano il 27% di questo mercato, in Italia al 50% in circa cinque anni. Sono venute proprio da loro, dagli «indipendenti», le idee veramente innovative. L'Europa ha un ritardo, sugli Stati Uniti, di circa 2 anni, l'Italia di 3 o 4. Comunque, il ruolo degli «indipendenti» è complementare, non in antitesi alle case costruttrici».

Alla domanda: chi sono i vostri principali clienti? Alberto Arcangoli risponde diplomaticamente così: «Grandi costrut-

tori di calcolatori operanti su scala internazionale». E fino a che punto accompagnate, seguite, il cliente che si serve da voi? «Il nostro ruolo è molto preciso: studiamo requisiti e caratteristiche dei prodotti con il cliente, che se è d'accordo, ce li commissiona. Il prodotto viene consegnato e noi usciamo. C'è, quindi, la stessa dipendenza che ci può essere con un sarto che fa un vestito: nessuna».

Con quali criteri scegliete i vostri tecnici? «Generalmente assumiamo dal basso: giovani neo-laureati scelti con una lunga selezione che parte dalle liste universitarie fino ai corsi di formazione fatti da noi. Tra i nostri 75 dipendenti, di cui 63 sono tecnici, ci sono ingegneri, informatici, fisici, matematici, statistici e, nel settore «intelligenza artificiale», anche 3 laureati in lettere e filosofia. Abbiamo un ritmo crescente di assunzioni: entro 3 anni arriveremo a circa 120 dipendenti».

Nel mondo delle «software houses» c'è molta concorrenza? «Il nostro è un settore in crescita: c'è ancora molto spazio da occupare. La concorrenza ci sarà pure, noi non ce ne accorgiamo».

Giovanni De Mauro

didoveinquando

I Gemelli Ruggeri, due eterni bambinoni tra affetti e dispetti

● QUESTO UOMO MI SOMIGLIA con i Gemelli Ruggeri. Regia di Roberto Cimetta. Interventi visivi di Daniele Brolli. TEATRO IN TRAVESTIMENTO.

I Gemelli Ruggeri, per chi non riuscisse a visualizzare, non solo non sono gemelli, ma non si assomigliano neanche un po' (a parte baffi ed indumenti). Anche anagraficamente si presentano con i nomi di Luciano Manzolini ed Eraldo Turra, nonché costituzionalmente, uno

magrissimo l'altro «taglia forte». Se qualcuno li ha già paragonati a Stanlio e Ollio non è solo per questa differenza fisica, ma anche perché i Ruggeri si abbandonano talvolta, durante lo spettacolo, a mossette, occhiate e gesti smaccatamente tipici della famosa coppia americana.

Quest'uomo mi somiglia è il tentativo di convogliare il repertorio di gag in un'unica storia, dare cioè un compiuto senso narrativo a quel che, ad esempio nelle loro apparizioni in «Gran Pavese Varietà», altro non sono che piccoli sketch muti o cantati.

Nasce così l'idea di collocare i due in un mondo post-nucleare, su di una spiaggia scampata alla distruzione (ma con un sole, sembrerebbe, piuttosto radioattivo); due esseri soli, circondati da cimeli del passato in ottimo stato di conservazione (cabine, ombrelloni, sdraio) che, dopo un timido e sospettoso approccio, si avviano verso una compiuta amicizia, fatta di affetto e di dispetto, di curiosità e di sostegno morale. Insomma, due uomini che si somigliano in quanto tali e sopravvissuti e che finiranno per ripercorrere la vecchia strada dell'umanità, la più battuta: quella della sopraffazione e della discordia.

Antonella Marrone



Luciano Manzolini ed Eraldo Turra in «Questo uomo mi somiglia»

Giovani del gruppo «Arcobaleno» oggi in scena al Fatebenefratelli

Promozione e divulgazione di arte e cultura. Questo, in sintesi, l'obiettivo dell'Associazione culturale Prodar, che da alcuni anni opera nella città.

Senza una sede fissa, per mancanza di fondi, i suoi animatori sono riusciti a portare attività artistiche e intellettuali nei luoghi e negli spazi sociali emarginati dalla produzione culturale. La promozione di corsi di dattiloscrittura, teatro, musica e pittura in diverse circoscrizioni periferiche della città e del Lazio, è stato il tramite del loro discorso educativo. Hanno coinvolto persone, soprattutto giovani, che in altro modo non avrebbero avuto la possibilità di esprimere o realizzare le proprie capacità creative.

Per il momento l'intento fondamentale non è qualitativo ma promozionale. E un limite che gli animatori della Prodar tentano

di superare avvalendosi della collaborazione spontanea di esperti dei diversi campi culturali e scientifici.

Proprio dalla attività di laboratorio teatrale, svolta l'anno scorso nel quartiere di Cinecittà, è sorto un gruppo denominato «Arcobaleno», che raggruppa una parte dei giovani attori del corso. Dopo una piccola apparizione con un favola ecologica al Carnevale Romano, oggi, alle 16.30, «Arcobaleno» darà uno spettacolo teatrale all'Ospedale Fatebenefratelli, sull'Isola Tiberina.

La rappresentazione, dal titolo «Attori miei», è un insieme di brani di opere di De Filippo, Courteline, Ionesco. Si può considerare come un saggio, per giovani animati da questa affascinante attività.

Gianfranco D'Alonzo

All'Argòt corso di cinema di animazione

La Coop. Argòt comunica l'inzio di un corso di cinema di animazione diretto da Luca Borsari e Luca Raffelli che si terrà nei mesi di aprile e maggio nel locale dell'Argòt Studio (via Natale del Grande, 27, tel. 58.98.111). Le iscrizioni sono aperte da giovedì 20 febbraio. Il corso di cinema d'animazione vuole offrire ai partecipanti un completo esame della materia dal punto di vista tecnico, artistico e produttivo. Nel corso delle lezioni si affronteranno, con esercitazioni pratiche, tutte le tecniche che prevedono l'esposizione di un fotogramma alla volta: dall'animazione a fasi al decoupage, dalla pupillazione all'incisione diretta sulla pellicola, fino alla animazione di oggetti, pupazzi, ecc.

Una lezione settimanale affronterà lo studio della storia del film animato, avvalendosi di proiezioni cinematografiche e video. Dagli esperimenti di Emile Reynaud alla prima ufficiale animazione di Segundo De Chomona, dalla rivoluzione stilistica di Walt Disney alle invenzioni espressive di Norman McLaren e di Tex Avery, dall'egemonia della serialità fino alle sintesi dello spot pubblicitario i corsisti avranno l'opportunità di cogliere i diversi utilizzi del passo uno attraverso esercitazioni di proprie capacità realizzative. Il corso prevede 3 lezioni settimanali di 2 ore ciascuna.

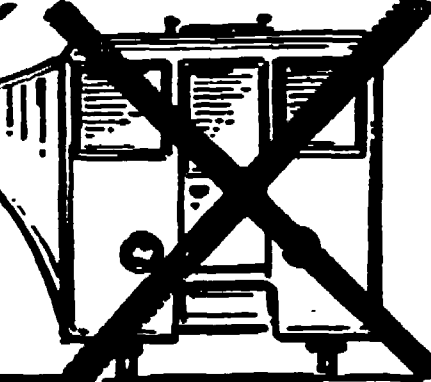
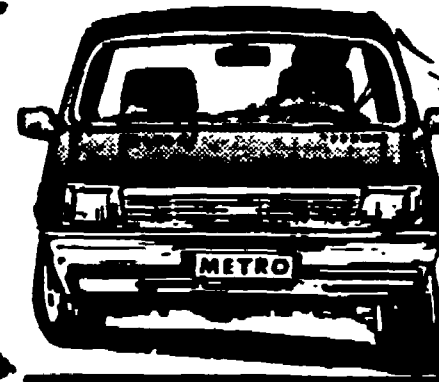
MAZZARELLA BARTOLO
Roma - Viale delle Medaglie d'Oro, 108
Tel. (06)386508

MAZZARELLA & SABBATELLI
Roma - Via Tolomaide, 16/18
Tel. (06)319916

**Rivenditori Selezionati
Siemens
Cinque Stelle**

**Videoregistratori VHS
con Telecomando
3 ANNI DI GARANZIA
36 rate mensili da L. 47.000**

Libri di Base
Collana diretta
da Tullio De Mauro
otto sezioni
per ogni campo di interesse

SE LA METRO COSTA DI PIU'  **LA NUOVA METRO COSTA DI MENO** 

L. 6.450.000* senza fermate...
oppure **L. 255.000 al mese** senza anticipo e senza ipoteca
*Prezzo franco concessionario

FATTORI & MONTANI SpA
Via Po, 50 tel. 859009
P.zza Pio XI, 62 tel. 6237041

AUSTIN ROVER
METRO SPECIAL 1000 • 145 km/h • 21,3 km. con un litro a 90 km/h