

IL PERSONAGGIO

Un badge
per ogni
occasione

EUGENIO OCCORSIO

PROBABILMENTE non c'è termine anglosassone più noto ma intraducibile di *badge*. Proviamoci: "tessera elettronica che automaticamente controlla i dati del titolare e gli rende possibile in tempo reale l'accesso a una serie pre-determinata di servizi" ... «Meglio *badge*», taglia corto Andrea Filacchioni (*foto*), classe 1955, imprenditore informatico con sede al Flaminio, che sui *badge* ha costruito la sua fortuna realizzandone per molte aziende ma soprattutto per oltre 500 eventi sportivi e politici in ogni angolo del mondo. «Ho avuto la fortuna di cominciare, io che ero appassionato di vela oltre che di tecnologia, nel 1986 con la Coppa America in Australia, quella di Azzurra. Da allora abbiamo lavorato per gli avvenimenti più diversi, chiamati dagli organizzatori o vincendo la gara d'appalto, compresi i tre G8 italiani: Napoli 1994, Genova 2001 e L'Aquila 2009».

SEGUE A PAGINA XIII

la Repubblica
MARTEDÌ 15 MARZO 2011
ROMA

ROMA ECONOMIA

PER SAPERNE DI PIÙ
www.after.it
www.iaaf.org

XIII

Il personaggio
Andrea Filacchioni

 <p>AMERICA'S CUP Dall'86 la After ha lavorato in tutte le 5 edizioni della Coppa</p>	 <p>ITALIA 90 Il primo sistema di accreditamento e controllo accessi</p>	 <p>MONDIALI DI ATLETICA Il rapporto con la iaaf va avanti dal 1987 (sopra, Tokyo 1991)</p>	 <p>IL G8 DELL'AQUILA Il terzo summit in cui la After ha fornito badge e altri sistemi di sicurezza</p>
---	--	---	--

INVENTORE
Andrea Filacchioni, il "re" dei badge per gli eventi



Gli avvenimenti

Un business di nicchia in cui l'azienda After ha acquisito quasi il monopolio

"Stampa, protagonisti, staff negli eventi un badge per tutti"

(dalla prima di economia)

EUGENIO OCCORSIO

FILACCHIONI era un brillante neolaureato di architettura con il pallino dei computer, assistente alla cattedra di elaborazione elettronica per la progettazione: «Un parolone visto che eravamo negli anni '70, il Cad e i display grafici erano di là da venire, e noi digitavamo le istruzioni del progetto che avevamo in mente, che so una villetta, sulla tastiera di un ancestrale computer, questo dava un input alla stampante tramite schede perforate, e usciva un tabulato con degli asterischi che poi univamo come sulla Settimana Enigmistica. Quello era il progetto in 3D». La febbre della tecnologia era nel Dna di Andrea: «Una volta tornai dal Giappone con dei mini-disc, una variante riscrivibile del Cd. Inventai un sistema di ricarica prepagata di brani musicali da una specie di juke-box nei benzinai. Eravamo ancora nell'era delle cassette: non trovai nessuno che finanziasse questa specie di Mp3 ante litteram». Miglior fortuna ebbe un'altra invenzione maturata di fronte allo schermo di un Apple 2: «Presentai alla settimana velica di Anzio del 1982 un sistema computerizzato che mostrava i risultati e l'elaborazione grafica delle regate,

proprio come quelle che vediamo in televisione con le distanze fra le barche, le angolature, i venti. Era un metodo a suo modo rivoluzionario, fatto sta che mi chiesero di riproporlo in una serie di competizioni internazionali e infine all'America Cup dell'86. Intanto avevo fondato la mia società, la After: Andrea Filacchioni Tecnologia e Ricerca». E il passaggio ai badge? «Per Italia 90 Montezemolo voleva un unico "cervellone" che permettesse di controllare le 12 sedi di gara monitorando accessi e transiti di giocatori, accompagnatori, giornalisti, addetti ai servizi, autorità. Tutto collegato in rete. Il badge era la chiave universale».

Sistemi analoghi da allora la After li ha realizzati per una serie di campionati mondiali di atletica leggera (i prossimi in agosto a Daegu in Corea), tornei calcistici, regate, concorsi ippici, e poi i consigli europei, i

congressi di partito, i G8. «Le caratteristiche di delicatezza e sicurezza di questi appuntamenti internazionali sono diventate così complesse che richiedono mesi di incontri precedenti, approfondimenti, affinamenti di strategia». Da quando c'è Internet le attività della After si sono moltiplicate: «I risultati sportivi si prestano ad essere messi in rete, e riguardo ai badge usiamo il websia per gli accrediti che per la comunicazione fra i punti dell'evento». Non è fi-

nita: «Realizziamo siti web, da Disney a Coca-Cola, ci occupiamo di localizzazione dei videogame e grafica televisiva». Tutto ciò che l'informatica permette di integrare. «Ma non solo: quando ci chiesero di fare i badge per la coppa d'Africa in Burkina Faso, gli organizzatori mi dissero: senta, ma in Italia avete la moda, potreste farci anche le divise per la nazionale? Abbiamo fatto anche quello, con un amico sarto».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'azienda

La After ha fatturato 2,4 milioni nel 2009 e 1,8 nel 2010. L'organico di 7 persone arriva fino a 60 collaboratori in occasione degli eventi



Walt Disney

La After ha realizzato un gioco per Disney Channel con cui le domande erano poste in tv e le risposte venivano date via web

Le competizioni

Nell'ultimo week-end i badge After si sono visti a Roma per il rugby, a Torino per gli europei di tuffi e a Milano per il basket