

## Andrea Filacchioni

*Un badge per ogni occasione*

Andrea Filacchioni, con la sua società **After**, ha prodotto i "badge" di accreditamento, registrazione e controllo accessi per tutte e cinque le edizioni della Coppa America di vela che si sono succedute dal 1986 ad oggi. Per i mondiali di atletica, la After ha un rapporto con la laaf che va avanti dal 1987. Il G8 dell'Aquila del 2008 è stato il terzo summit in cui la After ha fornito badge e altri sistemi di sicurezza. L'azienda ha fatturato due milioni e mezzo nell'esercizio 2010, in continua crescita rispetto ai 2,4 milioni nel 2009 e agli 1,8 del 2008. L'organico di 7 persone arriva fino a 60 collaboratori in occasione degli eventi. Oltre ai badge il gruppo ha sviluppato un'attività multimediale innovativa. Ha realizzato, ad esempio, un gioco per Disney Channel in cui le domande erano poste in tv e le risposte venivano date via web.

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 predeterminata di servizi". «Meglio badge», taglia corto Andrea Filacchioni, classe 1955, imprenditore informatico con sede al Flaminio, che sui badge ha costruito la sua fortuna realizzandone per molte aziende ma soprattutto per oltre cinquecento 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».

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's Cup del 1986. Intanto avevo fondato la mia società, la After: Andrea Filacchioni Tecnologia e Ricerca». E il passaggio ai badge? «Per Italia 90. Luca Montezemolo voleva un unico "cervellone", che permettesse di controllare le dodici 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, compresi gli ultimi dell'agosto 2011 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 web sia per gli accrediti che per la comunicazione fra i punti dell'evento». Non è finita: «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 nella più genuina applicazione del concetto di multimedialità. «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».