

La struttura gerarchica e i new media...

Intervista a Stefano Furiosi, Direttore Creativo di X-Media

di Michela Bortolozzo

ottobre 2000



Successivamente alla mia riflessione dello scorso mese sulle gerarchie, che non lo nascondo, é stata generata da svariati colloqui di lavoro fatti da gennaio a marzo-aprile e da un colloquio ad E-Tree che mi ha fatto capire quanto la struttura orizzontale sia destinata a crescere e che effetti benefici abbia sulla vita delle persone e dei creativi ...dopo ciò dicevo...ho cominciato a richiedere interviste ai Creativi delle maggiori agenzie di comunicazione e new media in italia...non tutti hanno avuto la prontezza e la disponibilità di Stefano Furiosi...alcuni non li ho ancora contattati..altri si sono dati per dispersi...ma cominciamo proprio da lui e da **X-Media**, che nasce nel 1996 da un nucleo originario di 6 soci si espande sino ad avere oggi 40 e oltre collaboratori distribuiti nelle varie aree di business ...per leggere meglio la storia e saperne di più vi consiglio il loro sito...<http://www.xmedia.net> nella sezione Vision --> Storia e Profilo.

Stefano Furiosi: Lavora da c.a. 11 anni nel settore della comunicazione sia tradizionale che new (gavetta inclusa). E' uno dei soci fondatori di x-media ed é responsabile dell'area comunicazione ed interactive design. Attualmente Direttore Creativo.



...Veniamo alle mie domande...

D: In quanto tempo secondo lei un' azienda che si occupa di new media può crescere da 'piccola azienda' o 'studio' a multinazionale e quali possono essere nella sua esperienza i fattori di crescita?

R: Il tutto e' direttamente collegato alle possibilità offerte dal mercato. In questo momento e nei 2-3 anni precedenti la New Economy (il boom) ha reso possibili acquisizioni, partnership ed accordi con Venture Capital che hanno a loro volta portato medie e piccole imprese molto in alto in tempi ridottissimi (3-4 anni).

Il passaggio da piccolo studio a media azienda è sicuramente un passo importante per poter ambire ad altro. Questa credo sia la fase piu' delicata. Rimane comunque vero il fatto che ingenti capitali e IPO hanno poi bisogno di solide basi su cui contare per poter rimanere tali a lungo sul mercato.

I fattori essenziali sono la capacità di dare una forma riconoscibile alla struttura sia internamente che esternamente ed il sapersi muovere velocemente nel mercato modificando e migliorando l'offerta, certamente creare una base solida costruita sulle

e con le persone. Definire dei flow o dei processi funzionali ed investire sulla realizzazione di progetti interessanti ed innovativi. Inoltre una certa attitudine al rischio non guasta mai.

Dobbiamo guardare al business come a qualcosa che accadrà tra 3 anni e non necessariamente adesso. Credo che questo ancora per un bel po' di tempo rimarrà un fattore essenziale nella new economy. Saper guardare avanti trovando di volta in volta il giusto peso tra investimento e consolidamento. Entrambi i fattori sono necessari se si vuole sopravvivere. Se devo proprio dirla tutta, in un momento in cui le cose nascono e crescono così velocemente, la sfida che ci attende non risiede più solo nel "se riusciremo a diventare grandi" ma nel "se riusciremo a rimanere grandi", ed è bene fare i conti con questi fattori sin dall'inizio.

D: Non che esista una formula magica perché tutto vada bene sempre...si sa, ma insieme alle risorse economiche e ai commerciali scaltri....quanto è importante il rapporto coi dipendenti nelle aziende che si occupano di 'creatività' e quanto questo incide sul futuro dell'azienda stessa?

R: In questo settore spesso i commerciali scaltri vedono niente altro che le idee delle persone che lavorano al loro fianco. Senza idee, senza persone, senza la capacità di "vedere", di innovare ed adeguarsi velocemente, rimarrebbe ben poco da offrire al mercato. Questo forse è vero anche per ciò che non è prettamente New Economy.

Le persone sono quanto di più importante abbiamo oggi in questo settore. La capacità di integrare e far interagire figure diverse all'interno di ambienti che aiutino questo processo e quindi la creatività a tutti i livelli è fondamentale.

Qui' da noi, le figure di coordinamento hanno tra le varie loro responsabilità quella di mantenere saldi i rapporti tra le persone e le diverse aree di competenza, spendendo buona parte del loro tempo nel condividere e confrontare nuove strategie.

D: Le strutture che fanno new media oggi sono divise in modello gerarchico verticale o orizzontale.... Ci sono posti in cui tutto parte dal basso...e ci sono decine di sottoposti con i ruoli e le qualifiche più varie...tutti numerati in ordine crescente sino ad arrivare al 'supremo' con cui spesso nessun dipendente ha mai parlato.... e posti che si distinguono per la buona qualità dei rapporti umani e che permettono che anche nella più efficiente organizzazione ciascuno trovi sé stesso e conosca personalmente gli altri... con un modello moderno ed 'orizzontale'. Sempre nella sua esperienza: questi due modelli che spesso rappresentano due scuole di pensiero completamente opposte... possono condizionare la crescita aziendale o comprometterla?

R: Personalmente credo nei modelli organizzativi orizzontali, dove le competenze si amalgamano e traggono forza ed esperienza le une dalle altre. Il concetto di gerarchia imposta non ha alcun senso in questo settore.

Ogni elemento della catena, ideativa e produttiva che sia, ha il suo valore e qualcosa da dire. Il New Media è alla fine un insieme fluido di competenze, dai Business Developer, ai Designer, agli Sviluppatori, alla visione di un Amministratore, al come questa visione viene declinata e concretizzata. Designer lavorano fianco a fianco con content designer e sviluppatori. E' l'insieme di competenze e professionalità differenti che crea un prodotto realmente completo e fundamentalmente adatto al nuovo media. Questo è vero per i modelli organizzativi, i flow, l'offerta, il posizionamento sul mercato e l'affermazione di un brand forte e riconoscibile.

Sono convinto che nel momento in cui una struttura non riesce più a comunicare e

condividere un obiettivo al suo interno, la struttura stessa muore, almeno dal punto di vista creativo ed innovativo.

Creative Director

Stefano Furiosi:<mailto:furiosi@xmedia.net>

X_MEDIA

via Tiberio Imperatore, 15 C/27

tel. +39 06 5423691

ax +39 06 54236934

00145 Roma Italy

Ringrazio Stefano Furiosi per la sua disponibilità e ringrazierò anche altri Creative Directors se vorranno gentilmente fornire il loro apporto a questa discussione che é indispensabile fare non tanto tra creativi quanto tra creativi e titolari delle aziende di new media...

Michela Bortolozzo

wbpoint@wbpoint.com



Le professioni di Internet

www.internos.it

Tutto il materiale contenuto in questo file e' protetto dalle leggi del diritto d'autore. E' proibita la riproduzione di tutto o in parte del contenuto senza l'autorizzazione scritta dell' Editore.