

■ ■ Technology award/1 Tutti i vincitori dei premi assegnati da *Circuits* alle aziende che si sono messe in evidenza nell'anno

La tecnologia che crea valore

Le società, i manager e gli imprenditori premiati nella prima edizione della manifestazione organizzata da Circuits. Ecco chi si è distinto nelle varie categorie di riconoscimenti

di Andrea Biase

La tecnologia vista come leva competitiva per la propria azienda, e non come una materia di pertinenza dei tecnici, è sempre stata la chiave di lettura scelta da *Circuits*. Una scelta che si concretizza ora con la creazione di un indice per identificare le aziende operanti nel campo dell'Ict che si sono distinte non solo per l'innovazione e il valore aggiunto offerto ai propri clienti, ma anche per la capacità di creare valore per i propri azionisti. Un riconoscimento che sarà consegnato alle aziende vincitrici oggi nel corso della serata (vedi riquadro pag. 63) dedicata ai Technology Awards organizzata

da *MF Conference* (business unit di Class Editori, la società che controlla questo giornale).

L'indice Circuits sulla creazione di valore ha preso in considerazione tutte le aziende di diritto italiano con codice Atenco riconducibili ai settori Ict (circa 20mila), ed eliminato quindi quelle con ricavi inferiori a 10 milioni di euro, ottenendo un universo di circa 2.300 aziende.

I bilanci di queste società

sono quindi stati analizzati prendendo in considerazione i seguenti parametri: utile netto in valore assoluto (50%), ricavi in valore assoluto (10%), crescita di fatturato annuo (10%), e redditività (30%), ovvero una ponderazione di roe, ros e roi. Si sono poi selezionate le prime 300 classificate, sud-

Technology Awards

2006

L'indice Circuits dei creatori di valore

Società (>100 mln euro)	Indice Circuits	Utile netto 2005 (nc)	Fatturato 2005 (nc)	Var. % 2005-2004	Indice di reddito	Roe	Ros	Roa
1 Telecom Italia	9,08	3.884.821	17.193.938	6,62	16,12	17,69	26,02	5,43
2 Vodafone Omnitel	8,83	833.471	8.228.145	3,12	20,51	8,39	31,75	15,34
3 Accenture	8,54	69.951	817.628	2,91	34,49	67,27	17,08	35,51
4 Esprinet	7,15	27.209	1.543.284	4,60	10,80	29,97	3,50	8,51
5 Tele2 Italia	6,73	21.419	581.861	0,88	11,85	22,25	5,63	12,86
6 Enterprise D.A.	6,46	19.979	302.507	0,12	18,80	24,92	21,19	13,34
7 Microsoft	6,20	12.384	160.813	45,99	20,58	39,87	11,67	19,84
8 Acer Italy	5,62	4.398	757.420	31,73	8,97	29,00	1,40	6,53
9 Sap Italia sistemi	5,57	13.076	226.838	-1,30	12,39	11,79	11,24	13,84
10 Sirti	5,20	12.736	515.732	31,50	4,79	8,14	4,84	3,05
11 Epson Italia	4,78	3.274	309.119	-4,78	11,09	37,24	1,78	7,32
12 Datamat	3,51	9.921	158.204	4,54	10,27	9,68	12,30	8,54
13 Master	3,51	2.041	173.235	-0,03	10,72	34,11	3,42	6,32
14 Engineering	3,51	6.736	180.749	18,59	4,70	4,57	5,99	3,48
15 Cedacri	3,35	7.032	146.685	7,85	11,70	13,57	9,47	12,98
16 CA (Computer assoc.)	3,30	11.082	111.080	-5,10	13,87	14,56	16,87	10,54
17 Xerox	3,25	8.382	154.351	-3,02	11,75	16,81	12,57	8,41
18 Sun Microsystems	3,09	8.909	154.456	5,29	10,10	12,11	11,91	7,28
19 Datalogic	1,14	9.424	110.315	-23,03	7,60	8,37	10,09	4,72

Società (<100 mln euro)	Indice Circuits	Utile netto 2005 (nc)	Fatturato 2005 (nc)	Var. % 2005-2004	Indice di reddito	Roe	Ros	Roa
1 Ugs Italia	7,67	2.195	29.900	85,53	30,62	63,93	15,35	29,24
2 Eds Pubblica Amm.	7,44	6.623	50.812	19,35	26,23	27,86	23,70	27,95
3 Cisco Systems (Italy)	7,22	2.487	89.187	5,16	25,64	53,12	10,14	27,42
4 Teleunit	6,33	2.970	85.404	40,54	7,24	10,97	5,71	6,91
5 Quercia Software	6,11	3.164	28.041	8,41	26,86	33,54	20,73	29,64
6 Ocs Spa	5,67	4.276	18.883	15,56	30,34	31,31	37,74	22,45
7 Dylig Italia	4,45	2.615	27.309	9,30	18,59	34,62	17,51	11,64
8 Aruba	2,56	320	12.991	26,18	7,79	25,61	3,71	2,95
9 Advanced micro dev.	2,56	1.042	10.783	28,82	16,40	15,03	16,90	16,59

Un riconoscimento dedicato alle aziende, alle agenzie e centri media che le hanno coadiuvate nella creazione delle migliori campagne di comunicazione istituzionali e di prodotto nel mondo della tecnologia. Questa sera saranno assegnati al Principe di Savoia i premi Leone d'oro, che hanno riconosciuto la capacità di comunicare in modo corretto i messaggi aziendali rendendo efficace una campagna di comunicazione in quattro diverse categorie. Per la migliore campagna istituzionale, il riconoscimento è stato assegnato a Microsoft e a Universal Media McCann, che hanno avuto la capacità di trasporre e trasferire, forse per la prima volta nel settore, emozioni e aspirazioni personali rendendole il soggetto vincen-

Un Leone d'oro per i comunicatori

te di una campagna che, pur essendo istituzionale, ha saputo comunicare con una creatività al di fuori dagli schemi consueti. Sia nella categoria dedicata alla migliore campagna di prodotto Server (mercato professionale) sia in quella per la migliore campagna di prodot-

to V3 (mercato consumer) ha ottenuto il riconoscimento l'agenzia Mindshare. Nel caso della campagna Server, ha ottenuto il Leone d'oro grazie al lavoro svolto in stretta collaborazione con Ibm per una campagna multisoggetto che ha consentito di creare un forte impatto verso

il pubblico. Per quanto riguarda la campagna consumer, invece, riceverà il premio Motorola per la comunicazione relativa al telefonino V3, il cellulare ultrastile che si è rivelato una delle tecnologie più cool degli ultimi anni esprimendo un'idea di tecnologia non più soltanto funzionale ma bensì anche legata a un particolare concetto di gusto e moda. Infine, al Principe di Savoia saranno premiate Acer Italy srl e l'agenzia Pleasing advertising nella speciale categoria dedicata alla tempestività nella comunicazione delle novità al mercato, che chiude il cerchio dei premi Leone d'oro dando merito a uno degli aspetti principali delle campagne di comunicazione. Pleasing, una piccola agenzia italiana, è ora diventata il centro mondiale di Acer.

Premiati

Microsoft

IBM

Motorola

Acer Italy Srl

Motivazione

Migliore campagna istituzionale

Migliore campagna di prodotto Server (mercato professionale)

Migliore campagna di prodotto V3 (mercato consumer)

Per la tempestività nella comunicazione delle novità al mercato

Agenzia/Centro media

Universal media McCann

Mindshare

Pleasing advertising