

# Corriere Adriatico

Edizione del 6 gennaio 2009

**Edizione del 6 gennaio 2009, oggi in edicola:**  
(Ogni giorno dalle ore 14 potete trovare online il giornale in edicola)

*Tra gli interventi attesi quelli di Giovanni Libertini e di Andrea Scavolini di Iconsulting la società di consulenza che annovera tra i suoi clienti aziende come Sky, Calzedonia e Fassa Bortolo*  
Incontro a Economia, strumenti e analisi a sostegno del fare impresa

## **Il fiuto e la business intelligence**

URBINO - Immaginate una grande scatola dove inserire dati e informazioni accumulati nei vostri sistemi aziendali, da incrociare con altri elementi oggettivi del mercato (ad esempio il costo del petrolio, la quotazione dell'euro) per prendere poi all'occorrenza la decisione migliore per lo sviluppo della vostra attività. In questa sorta di "oracolo" informatico consiste la Business Intelligence, ovvero un insieme di processi aziendali nati per raccogliere ed analizzare informazioni strategiche, la tecnologia utilizzata per realizzare tali processi e le informazioni ottenute come risultato di essi.

Si concentra su questo tema la giornata di studio che la Facoltà di Economia e il Dipartimento di Economia e Metodi Quantitativi dell'Università di Urbino organizzano domani a partire dalle ore 11, nella Sala Blu della sede di via Saffi n°42 - Palazzo Battiferri (ingresso libero, info: tel 0722/ 3051).

Tra gli interventi di esperti, professionisti, studiosi, attesi quello di Giovanni Libertini che riferirà sullo stato dell'arte della Business Intelligence nella Pubblica Amministrazione, a seguire Angelo Caruso, Stefano Canestrari, Davide Radi e Luciano Stefanini che tratterà un tema di frontiera della Business Intelligence introducendo logiche Fuzzy ("dell'errore") nella gestione strategica dei dati. Quindi sarà la volta di Andrea Scavolini e Federico Ravaldi, di Iconsulting, società bolognese di consulenza specializzata nella progettazione e realizzazione di sistemi di Data Warehouse, Business Intelligence e Business Performance Management che annovera tra i propri clienti aziende leader quali Sky, Calzedonia, Fassa Bortolo, Moby Lines, La Rinascente. Infine Federico Bertini di Aeffe s.p.a. tratterà il tema di Marketing Information Systems nella moda.

Ma perché nasce e, soprattutto, a cosa serve la Business Intelligence? "La BI è la capacità di organizzare i dati aziendali in modo tale da riuscire ad ottenere un quadro oggettivo, chiaro e di facile interpretazione con i giusti parametri. - spiega Laerte Sorini, docente di Informatica per l'Analisi dei Dati e la Gestione dei Mercati nell'ambito del Corso di laurea Magistrale in "Marketing e Comunicazione per le Aziende" - Fare impresa oggi non significa più affidarsi

unicamente all'eccellenza individuale o al fiuto imprenditoriale capace di trovare l'idea giusta per sfondare. In egual misura il marketing non passa più solo per le idee e l'intuito dei creativi ma occorre saper intraprendere anche strade più analitiche". Quando si parla di analisi non si intende una visione numerica fredda degli eventi ma anzi una più oggettiva, basata su dati reali, di come l'azienda o la pubblica amministrazione e le rispettive strategie possono imporsi nel proprio relativo segmento di mercato.

e-mail : [info@corriereadriaticonline.it](mailto:info@corriereadriaticonline.it)