

Rep

Innovazione & Lavoro

Trentacinque collaboratori e duecento clienti in tutta Europa: i segreti di un'azienda di successo nata nei primi anni Novanta

Negli ex magazzini della cartoleria Bellotti, in via Gagini, nel cuore del centro storico di Palermo, 35 creativi e sviluppatori lavorano ogni giorno per realizzare le comunicazioni sul web, dai social media alle app, gli e-commerce e l'advertising di aziende in tutta Italia.

Si chiama Im*media ed è una digital agency fondata da palermitani: i primi passi li muove nel lontano 1995, all'epoca dei primi Cd rom quando fu lanciato sul mercato immobiliare un progetto di infopoint e touchscreen con il nome Infocasa e un Cd rom per Alitalia e per Posteitaliane. Ma nel corso degli anni, il business è stato interamente convertito alle opportunità di Internet, grazie all'intuizione di uno dei suoi fondatori, Pasquale Esposito Lavina, 51 anni, palermitano, una laurea in Sociologia delle Comunicazioni a Roma ed un'esperienza di lavoro negli Stati Uniti, in una società di marketing e multimedia, che gli diede l'ispirazione e la volontà di creare una realtà simile in Sicilia.

Oggi Im*media conta un fatturato di oltre 2 milioni di euro di fatturato, più di 200 clienti, anche in Europa, come in Svizzera e in Spagna ed ha avviato una campagna di ricerca di nuovi talenti "Back to Sud" rivolta a figure specializzare come gli sviluppatori software.

«Nei primi anni Novanta più di un esperto profetizzava che il multimedia sarebbe diventata la forma di comunicazione del futuro – racconta Pasquale Esposito Lavina, attuale Ceo di Im*media – E' per questo che la nascita di una società che offriva servizi di comunicazione multimediale a metà degli anni '90 ci sembrava potesse avere spazio anche in una città come Palermo, assai lontana dai circuiti della comunicazione. Eravamo determinati e sapevamo che lavorare duro e credere nel nostro progetto ci avrebbe portati lontano». Così tutto inizia in modo mol-



L'agenzia palermitana

La sfida di Immedia il baby-colosso del web da due milioni di euro

di Isabella Napoli

Nei primi anni Duemila il cd-rom del commissario Montalbano con Sellerio

to sommerso da un piccolo ufficio in un elegante palazzo Liberty nel centro di Palermo, e da una volontà ben precisa: investire tempo e risorse nell'allora ancora emergente settore del web e del digitale.

«Siamo partiti con il progetto Infocasa pensato per il mercato immobiliare – continua Lavina – poi nei primi anni 2000 abbiamo pubblicato con Sellerio il primo Cd Rom sulle avventure del commissario Montalbano, poi nel 2002 abbiamo lanciato il primo sito di

food delivery d'Italia "Milano a tavola».

La sfida è tutt'altro che semplice soprattutto al Sud dove, nella seconda metà degli anni novanta, sono ancora pochi gli imprenditori che investono in comunicazione. Diventa fondamentale quindi riuscire a promuoversi su altri mercati, più reattivi. Diventano clienti Cassina, Poltrona Frau, Leasys (società di noleggio FCA), Geronimo Stilton (editore), i vini Mezzacorona, Samsung. E arrivano an-

che i primi premi: tra gli altri l'Interactive Key Award, il premio Agora con un progetto sviluppato per una nota cantina siciliana e il C&S Award vinto grazie ad un lavoro realizzato per un'azienda internazionale di produzione eventi. E nel frattempo l'avvio di progetti di comunicazione anche in Sicilia, a fianco di aziende come Caronte & Tourist Isole Minori, Planeta, Dolphin o il Palermo Calcio, di cui viene curato il sito web e per cui ha realizzato l'anno scorso il contest per scegliere la nuova maglia.

A fianco di Lavina, Antonio Giambanco che si occupa della direzione creativa, Giorgio Scavuzzone, responsabile dell'Information Technology e Marco Mineo, responsabile del Finance e Risorse Umane. Insieme coordinano un team di 35 persone, con età media sui trent'anni, dagli sviluppatori ai designer ai copywriter. Un anno fa, la società è sbarcata nei modernissimi uffici di via Gagini.

Di recente, è entrato nella squadra anche Mirko Di Gregoli, palermitano, classe 1980, di rientro da un'esperienza decennale alla Armando Testa di Torino e che in Im*media sarà account manager.

© RIPRODUZIONE RISERVATA