

GENI LOMBARDI / **Datrix**

Così l'intelligenza artificiale fa ricche le società

DINO BONDAVALLI

■ La loro specialità è trasformare in miniera d'oro i dati raccolti dalle aziende al proprio interno e quelli ricavati da social network, blog, forum, mappe o piattaforme di e-commerce. Per farlo utilizzano sofisticati algoritmi e sistemi di intelligenza artificiale in grado di apprendere dalla propria esperienza, gra-

zie ai quali è possibile mettere insieme ed elaborare dati che fino a pochi anni fa sarebbero stati semplicemente inservibili.

È così che **Datrix**, azienda milanese pioniera nelle applicazioni di intelligenza artificiale, è riuscita a imporsi in un mercato tanto nuovo quanto competitivo, garantendo una crescita di vendite e fatturato genera-

ta dai dati a centinaia di aziende negli ambiti marketing, vendite e finanza. Nata nel 2010 da un'idea di Fabrizio Milano D'Aragona e di altri due soci, maturata grazie all'esperienza fatta nei primi anni Duemila all'interno di Google Italia (di cui è stato senior manager) quando questa era ancora una piccola startup (...)

segue → a pagina 39

GENI LOMBARDI / **Datrix**

Così l'intelligenza artificiale fa ricche le aziende

La società milanese sviluppa software che orientano le campagne di vendita delle imprese e ne aumentano i profitti

segue dalla prima

DINO BONDAVALLI

(...) innovativa, **Datrix** ha infatti messo a frutto nel migliore dei modi la capacità di anticipare i tempi e lavorare, per primi, con dati raccolti attraverso formule innovative.

«Noi siamo partiti nel 2010, in un'epoca nella quale il nostro mercato non era ancora minimamente sviluppato», racconta il fondatore e Ceo dell'azienda. «Basti pensare che Amazon non era ancora presente in Italia, cosa che oggi sembra incredibile, e che l'e-commerce era agli inizi. Nella fase iniziale ci siamo autofinanziati, cominciando ad aggregare una serie di talenti e investendo molto nell'area ricerca e sviluppo. Siamo così riusciti a sviluppare una tecnologia proprietaria qui in Italia, con l'obiettivo di ottenere prodotti e soluzioni su cui avessimo un controllo al 100%».

Una visione rivelatasi vincente. Dopo le inevitabili difficoltà iniziali nella conquista di clienti, ai quali veniva proposto un servizio che ai più appariva come un misto di fantascienza e arti divinatorie, ha infatti preso il via la crescita. «Abbiamo affrontato parecchie difficoltà, ma la decisione di lavorare da subito dedicandoci all'analisi dei dati, la cui raccolta ha cominciato a crescere considerevolmente con la diffusione del cloud, ci ha messi in una posizione di grande vantaggio sulla concorrenza», spiega Milano D'Aragona. «Contemporaneamente, l'intelligenza artificiale è uscita dai laboratori di ricerca ed è diventata accessibile anche alle aziende».

Condizioni che hanno favorito una crescita molto rapida. «Oggi siamo un centinaio di persone», spiega il fondatore dell'azienda, che ha sede in Foro Buonaparte, nel

cuore di Milano. «Ci siamo sviluppati anche attraverso attività di acquisizione, con ByTek, che si occupa dell'applicazione dell'intelligenza artificiale per il performance marketing, e PaperLit, che è specializzata nella trasformazione digitale dell'editoria, ora anche attraverso gli smart speaker. Siamo essenzialmente quattro company che hanno al centro la raccolta e l'analisi dei dati».

Una formula i cui risultati si possono riassumere citando un paio di casi emblematici. «Abbiamo avuto due clienti che hanno segnato momenti di svolta nel nostro percorso», spiega il Ceo. «Il primo è stato Nestlé, per cui abbiamo sviluppato soluzioni molto innovative di data aggregation. Poi c'è stato Euro-nics, con cui abbiamo attivato delle soluzioni di on-offline, in modo da utilizzare l'online per profilare le persone e

conoscere i loro gusti e poi portare gli utenti nei punti vendita».

Ma i grandi gruppi che si sono affidati a **Datrix** per migliorare le proprie performance sono molti di più. Da Mediolanum ad Altroconsumo, da UniCredit a L'Oréal, da Feltrinelli a Mondadori, da Moschino a Italo, solo per citarne alcuni. Nomi che suggeriscono un'operatività anche internazionale: «Al momento circa il 25% dei clienti sono aziende che attivano collaborazioni con noi all'estero», conferma il Ceo. «Siamo presenti soprattutto in Germania, Regno Unito e negli Stati Uniti, dove abbiamo tra i clienti anche un Parco nazionale in Alaska che utilizza i servizi di PaperLit».

Tutto questo grazie a un utilizzo dell'intelligenza artificiale come acceleratore, senza rinunciare alla presenza umana.

Strategia

Presto una nuova sede aprirà negli Stati Uniti

■ Sviluppare ulteriormente la presenza all'estero, che potrebbe passare anche attraverso l'apertura di una sede negli Stati Uniti, «dove il mercato è estremamente recettivo e dove l'interesse per le nostre soluzioni è molto alto». Alimentare il rapporto con le piccole e medie imprese, facendo percepire le opportunità di crescita garantite dall'applicazione dell'intelligenza artificiale a costi per loro abbordabili. E sfruttare le sinergie tra rivoluzione digitale e mondo finanziario, utilizzando dati non strutturati (testi o immagini) ricavabili da ambienti come social network, blog, forum, mappe e piattaforme di e-commerce per individuare e pesare le informazioni. È un futuro in rapida e costante evoluzione, per il quale si rive-



Fabrizio Milano D'Aragona (Bo)

leranno quantomai utili le tante collaborazioni attivate con il mondo accademico in Italia e all'estero, quello che l'azienda milanese **Datrix** si appresta ad affrontare. La realtà fondata dieci anni fa da Fabrizio Milano D'Aragona, e specializzata nelle applicazioni di intelligenza artificiale per la crescita delle aziende in ambito marketing, vendite e finanza, guarda infatti alle prossime sfide con l'ambizione di crescere ulteriormente. «Riscontriamo oggi grande interesse» spiega il fondatore di **Datrix**, «per le nostre soluzioni di predizione della propensione all'acquisto di clienti/utenti, in modo da indirizzare più efficacemente le risorse di marketing».

ga il fondatore di **Datrix**, «per le nostre soluzioni di predizione della propensione all'acquisto di clienti/utenti, in modo da indirizzare più efficacemente le risorse di marketing».

teranno quantomai utili le tante collaborazioni attivate con il mondo accademico in Italia e all'estero, quello che l'azienda milanese **Datrix** si appresta ad affrontare. La realtà fondata dieci anni fa da Fabrizio Milano D'Aragona, e specializzata nelle applicazioni di intelligenza artificiale per la crescita delle aziende in ambito marketing, vendite e finanza, guarda infatti alle prossime sfide con l'ambizione di crescere ulteriormente. «Riscontriamo oggi grande interesse» spiega il fondatore di **Datrix**, «per le nostre soluzioni di predizione della propensione all'acquisto di clienti/utenti, in modo da indirizzare più efficacemente le risorse di marketing».

D.BON.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Gli uffici milanesi di **Datrix**, che conta 100 dipendenti (Bondavalli)

