

Da casa come in negozio le commesse in diretta pc. L' ultimo progetto di Radicalbit: «Aiutiamo le aziende nella trasformazione digitale»

MILANO In un mondo in lockdown, loro hanno proseguito la corsa. E il futuro, per chi lavora su intelligenza artificiale, big data e innovazione digitale, è ricco di opportunità ancora da scoprire, in un mercato con una stima di crescita globale, secondo un' analisi di International Data Corporation, di 274 miliardi nel 2022 rispetto ai 189 del 2019. La società milanese Radicalbit, che fa parte del gruppo Databiz oggi con un volume d' affari sopra gli 11 milioni di euro, ha aperto a nuovi investitori attraverso una campagna di crowdfunding sulla piattaforma CrowdFundMe dall' obiettivo minimo di 600mila euro per sviluppare progetti innovativi che passano anche attraverso il boom dell'ecommerce. «Con l' emergenza coronavirus il digitale è diventato un "must have" per le aziende – spiega Leo Pillon, ceo di Radicalbit – e noi le aiutiamo a evolvere, perché la digital transformation è la sfida per il futuro. L' esigenza principale è quella di rinforzare il canale di vendita digitale, e anche le imprese più riluttanti si sono decise a investire per non rimanere indietro, hanno capito che i dati nei prossimi anni saranno un asset sempre più strategico». Le più grosse potenzialità di crescita online sono nel retail, la vendita di prodotti a una platea di consumatori che durante il lockdown si è abituata a fare shopping sul web. Tra gli ultimi progetti, Radicalbit ha sviluppato la piattaforma di shopping in streaming del brand Motivi. Il team composto da ingegneri, data scientist, esperti in marketing e imprenditori, oltre ad aver creato una soluzione per raccolta e analisi di milioni di dati sta sviluppando una piattaforma di continuous intelligence: un nuovo processo analitico, in grado di fortificare e rilanciare ogni forma di business, che si serve di analisi in tempo reale su cui applicare modelli di machine learning, o algoritmi di intelligenza artificiale, per estrarre dati e statistiche aggiornate. Servizi utili anche per servizi anticontraffazione. «Stiamo cercando di proiettarci su un mercato internazionale – sottolinea Pillon – e la campagna di raccolta fondi è anche funzionale a questo, oltre a un piano di sviluppo tecnologico». I nuovi orizzonti non riguardano solo il mondo hi-tech, ma anche un settore più tradizionale come quello dell' insegnamento. Tra le realtà che si sono rivolte alla piattaforma di crowdfunding anche la Scuola superiore d' arte applicata di Milano, che cerca investitori per lanciare la versione digitale dell' offerta formativa. Una social tv dove convivono lezioni gratuite e corsi a pagamento. Tutto, rigorosamente, a distanza.

@Riproduzione riservata