

IN BREVE



Varese

Industriali e Intesa Strumenti per crescere

«Alle imprese manca la benzina nei motori rappresentata dagli ordinativi e l'ossigeno della liquidità». Lo ha detto Marco De Battista di Univa, nell'incontro promosso da Intesa Sanpaolo e Unione degli Industriali di Varese sugli strumenti e le opportunità fornite dalla banca per crescere.

Milano

Microsoft e Accenture digitalizzano la Settimana della Moda

Accenture e Microsoft hanno sviluppato e fornito una piattaforma digitale a supporto della prima Milano Digital Fashion Week della Camera Nazionale della Moda Italiana. La piattaforma, attiva da ieri, renderà digitali i momenti chiave della Settimana della Moda milanese.



Como

Un set per il turismo Bando da 16mila euro

«Vogliamo trasformare la Lombardia in un set per immagini uniche». Lo dice Lara Magoni, assessore regionale al Turismo, Marketing Territoriale e Moda, ricordando che da oggi sarà possibile presentare le domande per partecipare al bando da 16mila euro 'Ciak #inLombardia - Lombardia riparte' che selezionerà progetti audiovisivi.



Monza

Meno costi e tempi rapidi per le liti da Covid-19

Meno costi e tempi rapidi sono tra le iniziative straordinarie della Camera Arbitrale di Milano, con l'obiettivo di aiutare le imprese e i consumatori coinvolti in una controversia nata dagli effetti negativi del Covid-19 e dare una mano al buon funzionamento del "sistema giustizia".

Bergamo

Segnali di ripresa per l'occupazione A giugno il 10% di somministrazione

La filiale di Bergamo della Temporal, storica agenzia per il lavoro, ha registrato nel mese di giugno un importante incremento dell'attività di somministrazione superando di più del 10% il dato consolidato relativo allo stesso periodo del 2019: un primo segnale di ripresa dell'occupazione

Da casa come in negozio Le commesse in diretta pc

Milano, l'ultimo progetto di Radicalbit: «Aiutiamo le aziende nella trasformazione digitale»

di **Andrea Gianni**
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'e-commerce.

«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



Leo Pillon, ceo della società Radicalbit

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 anticorruzione. «Stiamo cercando di proiettarci su un mercato internazionale - sottolinea Pillon - e la campagna di raccolta fondi è anche funzionale a questo, ol-

BERGAMO

Dalla storia della Dalmine l'intelligenza artificiale

DALMINE (Bergamo)

Da telefoniste a operaie e poi manager, un video della Fondazione Dalmine racconta le donne al lavoro nel Novecento in Lombardia. «La cartellina ripercorre la storia dell'industria, un documento interessante soprattutto per i giovani - spiega la direttrice Carolina Lussana -. Abbiamo prodotto il corto per Archivissima, attingendo dal patrimonio di TenarisDalmine. Il nostro settore ha ancora molto da dire anche dal punto di vista culturale». Un'opera per gli studenti con i quali il rapporto non è mai venuto meno nel lockdown. Un migliaio quelli raggiunti con lezioni a distanza e appuntamenti virtuali legati alla memoria con stage sulla catalogazione e sull'intelligenza artificiale in collaborazione con Bergamo-Scienza. **Bar.Cal.**

tre 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

Agroalimentare

Un milanese su cinque compra dal produttore

Non si tratta di acquisti all'antica: il 52% privilegia transazioni con app e delivery

MILANO

Un milanese su cinque fa la spesa dal produttore. Secondo l'Osservatorio Reale Mutua dedicato all'agricoltura e alle nuove abitudini di acquisto, il 18% preferisce comprare i generi alimentari direttamente da chi li produce per due motivi: ricerca della qualità e rapporto di fiducia. Non si tratta, tuttavia, di una spesa all'antica: i consumatori privilegiano la consegna a domicilio o gli acquisti tramite le app. Più di un mi-



Sempre più milanesi acquistano generi alimentari dai produttori privilegiando stagionalità e sostenibilità

lanese su due (52%) abbina al chilometro zero il delivery o l'e-commerce.

L'altra stella polare dell'agroalimentare è la sostenibilità. Nel 25% dei milanesi è sinonimo di una filiera agricola a basso impatto ambientale, anche grazie all'uso della tecnologia, mentre un ulteriore 20% la associa al concetto di agricoltura a chilometro zero. Ma sostenibilità richiama anche stagionalità (17%) e filiera equosolidale (14%): i milanesi preferiscono i prodotti stagionali, perché più salutari (31%), capaci di sostenere l'economia agricola dei territori (27%) e con un minore impatto sull'ambiente (12%). E c'è anche chi li sceglie perché più buoni (20%). Promosso anche il bio perché rispetta criteri di sostenibilità (39%) e fa bene alla salute (10%).

© RIPRODUZIONE RISERVATA