Costruire algoritmi e modelli per la “collective business intelligence”: non solo business quindi, ma anche emozioni e sentimenti, non solo documenti ma anche relazioni. È l’idea imprenditoriale di Sharper Analytics, ultimo nato degli spin-off dell’Università di Milano-Bicocca. Costituito ufficialmente pochi giorni fa, sarà operativo a partire da gennaio, anche se sul piano commerciale i contatti con i potenziali clienti sono già partiti.

La start-up nasce con la partecipazione finanziaria e commerciale della società Italdata che detiene il 45 per cento del capitale ed è attiva nelle aree dell'e-Learning e dei servizi avanzati per la Città del Futuro. Il resto del capitale, insieme a competenze e idea imprenditoriale, appartiene a un gruppo di giovani docenti e ricercatori del dipartimento di Informatica Sistemistica e Comunicazione dell’Università di Milano-Bicocca dove, racconta la professoressa Enza Messina, docente di Ricerca operativa e co-fondatore dello spin-off, «vogliamo valorizzare le competenze maturate all’interno del nostro gruppo di ricerca nell’ambito del data e text mining per estrarre la conoscenza che possa guidare i processi decisionali. I metodi da noi sviluppati si prestano anche al trattamento dei dati non strutturati che fluiscono nei social networks, comprensibili per un essere umano ma difficili da monitorare automaticamente, configurando interessanti opportunità di integrazione di dati quantitativi e qualitativi».

Se ne è accorta Italdata, che ha intuito l’importanza di “catturare” nelle proprie piattaforme di social learning e applicazioni per la Smart City anche le informazioni che fluiscono dai social network. «Abbiamo trovato nel gruppo della professoressa Messina – evidenzia Edmondo Gnerre, Amministratore Delegato di Italdata e Presidente di Sharper Analytics - le conoscenze e le competenze necessarie per integrare la nostra offerta di soluzioni di social learning e smart city con strumenti di “collective intelligence”. Sempre più spesso emerge nei nostri progetti l’esigenza di disporre di strumenti in grado di “comprendere” significato e tendenze nascoste nelle enormi quantità di dati che fluiscono dalle migliaia di sensori sparsi sul territorio cittadino così come nelle informazioni che vengono scambiate nelle smart communities e nei social network di una organizzazione, pubblica o privata».

Il proof of concept per conquistare nuovi clienti

L’attività di sviluppo commerciale, pianificata insieme al socio Italdata, prevede di agganciare i servizi innovativi di Sharper Analytics all’offerta già consolidata dell’azienda che e’ uno dei principali attori nel mercato dei servizi di e-learning e delle soluzioni per la smart city.

Investire sul capitale umano

L’azienda si configura come start-up innovativa ai sensi del nuovo decreto sviluppo, la sede è presso l’incubatore dell’agenzia di sviluppo Milano Metropoli a Sesto San Giovanni. Si parte con un business plan che prevede di passare da sei e ventidue unità entro il 2015, reclutate preferibilmente tra laureati e dottori di ricerca dell’Ateneo, ma non solo. «Lo spin-off – conclude Messina – è nato anche per dare opportunità ai nostri talenti migliori e preservare l’investimento sul capitale umano formato».