

| | | | | | |
|---------|---------------------|---------|----------------------------|------|-----------------------|
| CLIENTE | NEOSPERIENCE | TESTATA | GIORNALE DI BRESCIA | DATA | 8 GENNAIO 2019 |
|---------|---------------------|---------|----------------------------|------|-----------------------|

GIORNALE DI BRESCIA

› ECONOMIA

Neosperience: la tecnologia è «empatica» Ora lo sbarco in Borsa e l'obiettivo Usa

La piattaforma della Pmi bresciana è la prima al mondo a riconoscere le «emozioni» dei clienti

Innovazione

Davide Bacca
d.bacca@giornaledibrescia.it

BRESCIA. Immaginate di poter conoscere il colore preferito di un vostro potenziale cliente, ricavandolo dalle immagini che condivide sui social network. A quel punto potete presentargli il vostro prodotto nel suo colore preferito. Questo «semplice» passaggio (dietro ci sono anni di lavoro e investimenti milionari) nel campo dell'automotive ha portato a un aumento del tasso di conversione da clienti potenziali a clienti effettivi di ben 10 volte. Un risultato clamoroso. «Non sempre raggiungiamo questi numeri, ma i nostri clienti hanno registrato tassi di conversione o aumenti di *share of wallet* (quantità di spesa) tra il 10 e il 30%» spiega Dario Melpignano, Ceo e co-fondatore di Neosperience, la società bresciana capace di «umanizzare» il rapporto tra utenti e piattaforme digitali. L'avventu-

ra di Neosperience, nata nel 2006, è ora pronta al salto: l'azienda ha infatti avviato il percorso per la quotazione in Borsa, al mercato Aim dedicato alle Pmi italiane. Una scelta dettata dalla volontà di crescere e sbarcare sui mercati internazionale, a partire dagli Usa, spiega Luigi Linotto, Cfo e co-fondatore.

La società. Neosperience è una software vendor, leader nella Digital Customer Experience. «Siamo un'azienda globale - spiega Melpignano - radicati nel territorio bresciano, ma con uno sguardo oltre i nostri confini e un team internazionale (abbiamo collaboratori da Brasile, Germania, Ungheria)». Fiore all'occhiello della società è Neosperience Cloud: la prima piattaforma al mondo che, attraverso l'Intelligenza Artificiale, permette alle aziende di offrire ai loro clienti un'esperienza digitale personalizzata ed empatica, per conoscerli, coinvol-

gerli e fidelizzarli. «Riusciamo a individuare quali sono le correlazioni tra l'utilizzo dei mezzi tecnologici e i tratti della personalità, saldando un secondo di ricerca nella psicologia cognitiva, comportamentale e sociale con i big data» spiega Melpignano. «Con la nostra piattaforma - precisa Linotto - siamo in grado di accompagnare la crescita delle imprese nella trasformazione digitale dell'industria 4.0. Anche aziende di medie dimensioni possono affrontare questo percorso, senza la necessità di elevati investimenti».

In Borsa. Lo sviluppo di Neosperience Cloud ha richiesto «svariati milioni di investimenti» e si è concluso a inizio 2018. Ora Melpignano e Linotto vogliono lanciare «l'unicità di

questo prodotto» sui mercati internazionali. Da qui l'esigenza della quotazione, che avverrà tutta in aumento di capitale, con l'obiettivo di uno sviluppo estero ma si valutano anche

La quotazione al mercato Aim avverrà interamente in aumento di capitale per crescere all'estero

possibili acquisizioni. Tempi e quota del flottante per ora restano top secret. «Abbiamo ricevuto notevoli manifestazioni d'interesse, anche da parte di investitori istituzionali» anticipa Melpignano. Si vedrà. Certa è invece la partnership industriale con Vetrya, azienda che opera nel campo delle telecomunicazioni, già quotata all'Aim. //



I fondatori. Dario Melpignano e Luigi Linotto

LA SOCIETÀ

La nascita.

Neosperience è una Pmi che opera come software vendor, fondata nel 2006 da Dario Melpignano e Luigi Linotto, Amministratore Delegato e CFO della società. È leader nel mercato digitale e nella Digital Customer Experience, grazie a Neosperience Cloud.

Intelligenza artificiale.

Neosperience Cloud permette alle aziende di offrire una Digital Experience personalizzata che tiene conto dell'unicità di ogni cliente, perché modellata sulla sua personalità, stile cognitivo, abitudini ed emozioni.

Risultati.

Neosperience ha chiuso il 2017 con ricavi pari a 7,8 milioni di euro (+25,91% sul 2016), un EBITDA di 1,54 milioni di euro e un utile netto di 652 mila euro. Nel 2017 l'attività core su cui si basa la strategia di crescita di Neosperience ha registrato un +193% dei ricavi.

Obiettivi.

Si stima che il mercato della Digital Customer Experience supererà i 200 miliardi di dollari nel 2020. Il segmento dell'Intelligenza artificiale «empatica», nato nel 2018, dovrebbe raggiungere i 25 miliardi di dollari nel 2023.

Giovedì focus sul mercato dei capitali nella sala polifunzionale del CreLoVe



Il Credito Lombardo Veneto organizza un focus sul mercato dei capitali con la presentazione del percorso intrapreso da Neosperience verso la quotazione all'AIM di Borsa Italiana (a inizio dicembre è avvenuta la pre-ammissione). L'incontro è in programma giovedì 10 gennaio, alle ore

17.30, nella sala polifunzionale della banca, in via Orznuovi 75. Dopo il saluto del direttore generale del Cre Lo-Ve Sergio Simonini, sono in programma gli interventi di Arrigo Bandera («Misure e incentivi a sostegno dell'innovazione digitale») e quelli di Dario Melpignano e Luigi Linotto, i fondatori della società bresciana.

