Freedata porta Res verso il digital marketing

Nuova acquisizione per la società milanese, sempre più orientata a differenziarsi su mercati a forte componente data-driven.

Pubblicato il 16 febbraio 2018 da Roberto Bonino



Quando, nel 2014, **Res** ha deciso di avviare un piano settennale di crescita, due erano i perni sui quali costruire il nuovo percorso, ovvero il rafforzamento per linee esterne e il potenziamento della componente di innovazione e ricerca. Se il secondo fronte ha già portato a varare il progetto Res Academy, dove lo sviluppo di progetti con le università si coniuga con il supporto ad alcune startup, e alla creazione del Res Institute for Data Science (Rids), allo scopo di individuare progetti consulenziali o di ricerca applicata, dal primo ambito arrivano i numeri che hanno portato l'azienda a raddoppiare il fatturato negli ultimi due anni: "*Oggi siamo un gruppo che supera i 10 milioni di euro di fatturato, con circa 120 addetti e altro 40 collaboratori*", sottolinea il presidente della software house, **Mario Bonelli.**

L'ultimo passo di ampliamento si è appena compiuto con l'**acquisizione di Freedata**, una società con 25 anni di storia, che dall'iniziale focalizzazione sulla Business Intelligence e sul Crm si è evoluta nel tempo verso il marketing digitale. L'operazione suggella una relazione nata intorno al lavoro di ricerca del Rids sull'analisi e interpretazione dei dati e dei documenti presenti nel Web e nei social media: "*Ci ha colpito l'approccio fortemente data-driven di Freedata, che coincide con il nostro*", ricorda Bonelli. *"Abbiamo quindi deciso di investire per sviluppare la data science per il digital marketing, dapprima per ottimizzare i servizi che la società ora acquisita offre ai propri clienti e poi per creare prodotti da lanciare sul mercato*".



Mario Bonelli, presidente di Res

L'organico di Freedata, a cominciare dal socio fondatore **Valeria Severini** e dal direttore generale **Cristiano Toni**, entrerà nella struttura della nuova **Res-Freedata** mantenendo i precedenti ruoli: "*Ora potremo sfruttare le ricerche comuni nella direzione dell'uso del machine learning e dell'analisi predittiva per ottenere risultati concreti per i nostri clienti, che spaziano in vari campi, dalla pubblicità alle utility, dai servizi all'industria*", conferma Toni.

L'acquisizione di Res arriva dopo quelle di **Pgb**, nel 2016, e di **G2**, nel 2017. La prima ha consentito di potenziare l'offerta di system integration in ambito applicativo, mentre la seconda ha arricchito la proposta di progettazione e commercializzazione di software per il settore finanziario, che oggi rappresenta ancora l'area di maggior ricavo per Res: "*Da qui generiamo circa la metà del nostro fatturato*", rileva **Rino Adamo**, amministratore delegato di Res, *"ma ormai ci siamo estesi ad altri settori, come università, retail, Pubblica Amministrazione e utilities, un tempo meno coperte. Nel 2018 ci concentreremo sul consolidamento sinergico del gruppo, mentre nuove acquisizioni potrebbero arrivare a partire dal prossimo anno*".