DIGITAL TRANSFORMATION

Gruppo RES, quando la strategia punta su crescita, innovazione e ricerca

Un piano di crescita che punta a valorizzare l'imprenditoria giovanile, favorendo la nascita di start up. È questa in sintesi la linea che sta seguendo la società, che sviluppa e commercializza software e offre servizi e consulenza di Enterprise Management. Con l'acquisizione di Freedata, agenzia specializzata in Digital e Social Media Marketing, il Gruppo scommette oggi anche sulla Data Science

26 Feb 2018



Il 2017 è stato un anno importante per **RES**: la società italiana che sviluppa e commercializza software, servizi e consulenza di Enterprise Management ha compiuto 30 anni e visto la costituzione del **Gruppo RES**.

«Siamo orgogliosi di questo traguardo – ha sottolineato il **Presidente Mauro Bonelli** -. Siamo una PMI che ha avuto una parte attiva nella storia dell'informatica, raccogliendo con entusiasmo e passione le sfide che le si sono presentate».

L'azienda ha da sempre puntato sulla capacità di rimettersi in gioco, anche per questo ha rinnovato la sua proposition nel triennio 2010/2012, verso il consolidamento sul mercato italiano e l'espansione su quelli esteri, attraverso accordi con aziende internazionali di spicco, prima fra tutte IBM, e l'apertura di uffici locali, tra cui **RES-IT US a New York**.

«Il nostro anno di svolta è stato il 2014 – continua Bonelli -, l'anno zero del nostro piano strategico settennale. Da un lato, puntiamo a una crescita per linee esterne (da qui la costituzione del Gruppo Res, ndr) e, dall'altro, a valorizzare l'imprenditoria giovanile, favorendo la nascita di start up, sostenendo e finanziando i migliori progetti provenienti dal mondo accademico». Tutto questo si è tradotto nella nascita nel 2015 della **RES Academy**, il progetto che sostiene le idee imprenditoriali innovative nel mondo dell'IT, e nel 2016 del **RES Institute for Data Science (RIDS)**, il laboratorio di ricerca metodologica gestito in collaborazione con l'Università di Pavia.

Dopo i primi quattro anni di "ristrutturazione", oggi Res si presenta come un Gruppo consolidato formato da 8 società e una rete di imprese che operano anche in mercati storicamente non tradizionali per la società di software: si spazia dall'editoria/comunicazione alle utility, dalla Pubblica Amministrazione alla Grande Distribuzione. Il risultato più tangibile della strategia intrapresa dal Gruppo è la crescita del fatturato – raddoppiato rispetto al 2016 e arrivato a quota dieci milioni di euro – e del numero di collaboratori (oggi sono oltre 160, ndr).

«Il 2018 sarà l'anno del consolidamento – racconta l'**Amministratore Delegato Rino Adamo** -. L'intenzione è di concentrarci sull'organizzazione del Gruppo, per migliorare l'efficienza interna e ottimizzare gli sforzi, sfruttando anche le sinergie tra le differenti realtà che oggi abbiamo messo in rete. Nel 2019 prevediamo, invece, di riprendere il nostro percorso di crescita, continuando coerentemente con quanto fatto fino a ora».

Il 2018 sarà ricordato anche come l'anno dell'acquisizione di **Freedata**, un'agenzia specializzata in **Digital e Social Media Marketing**, con l'obiettivo di supportare il Gruppo nello sviluppo della **Data Science per il Digital Marketing**. L'azienda milanese, nata nel 1993 con focus su Business Intelligence e CRM, ha scommesso sin dal 2006 sul web, e in particolare sulla sua capacità di fornire una mole straordinaria di informazioni, modellabili: il contenuto è generato direttamente dagli utenti che vogliono informarsi, fare acquisiti e confrontarsi.

«I nostri servizi si focalizzano sul canale digitale e le nostre competenze di analisi statistica-matematica sono un plus per indirizzare la creatività e la strategia di business dei clienti sul web – sottolinea **Cristiano Toni, Managing Director di Freedata** -. Il nostro obiettivo è aiutare le aziende a migliorare il business intervenendo sul Customer Journey del cliente finale, con una gamma di servizi che va dalla Digital Marketing Strategy alla Marketing Automation, dalla Digital Advertising Optimization al Social Media Marketing.

L'esigenza di acquisire una società come Freedata è emersa durante lo svolgimento di una delle prime ricerche condotte dal RIDS, che aveva come oggetto la raccolta e l'interpretazione dei dati presenti sul web, il riconoscimento dei testi e l'analisi testuale di documenti. In quell'occasione ci si è resi conto che il miglior ambito di applicazione era il Digital Marketing e che bisogna puntare sulla collaborazione con esperti di settore. «Ecco perché abbiamo deciso di sviluppare la Data Science per il Digital Marketing – racconta Adamo -. La fase iniziale vedrà l'ottimizzazione dei servizi che Freedata offre ai clienti, per prevedere poi lo sviluppo di veri e propri prodotti da lanciare sul mercato.

Se Mario Bonelli ha assunto la carica di Presidente della nuova realtà Res Freedata, alla guida del business e delle attività operative rimangono **Valeria Severini e Cristiano Toni**, già rispettivamente **Amministratore e General Manager dell'azienda**.

@RIPRODUZIONE RISERVATA