

IL FENOMENO ESPRIME LA FAME DI ALTA TECNOLOGIA LO SCORSO ANNO INVESTITI 5 MILIARDI DI DOLLARI SU COMPAGNIE SPECIALIZZATE IN MACCHINE LEARNING, SOLUZIONI DI CONTROLLO DEI GESTI, SISTEMI VIDEO

I colossi rastrellano startup si impenna la raccolta di fondi

Milano Oltre 200 startup acquisite dal 2012 a oggi dalle grandi multinazionali, non solo quelle tecnologiche, con un picco nei primi 3 mesi dell'anno in corso. E una raccolta di finanziamenti che lo scorso anno ha toccato quota 5 miliardi di dollari, piovuti su compagnie specializzate in applicazioni di machine learning, soluzioni di controllo dei gesti, sistemi di riconoscimento dei contenuti video e assistenti virtuali.

Le operazioni M&A e gli investimenti che hanno coinvolto le giovani imprese che operano nel settore dell'intelligenza artificiale descrivono alla perfezione la fame di innovazione delle grandi aziende e dei fondi di investimento.

Secondo i calcoli di Cb Insights, negli ultimi 5 anni il numero di acquisizioni delle start up AI da parte dei colossi è cresciuto esponenzialmente, passando dalle 19 del 2013 alle 77 registrate lo scorso anno. Con 34 operazioni fra gennaio e marzo di quest'anno c'è da aspettarsi che questo trend impetuoso sia confermato. Chi pensa che sia la solita corsa riservata esclusivamente ai giganti tecnologici si sbaglia.

Perché oltre a Google, Apple, IBM, Facebook, Salesforce e altri che per anni hanno dominato il ring delle acquisizioni, recentemente hanno iniziato a fare shopping di intelligenza artificiale anche società come GE e Ford. Proprio quest'ultima è stata protagonista a febbraio di una delle operazioni più pesanti di sempre, ossia l'acquisizione da 1 miliardo di dollari di Argo AI finalizzata allo sviluppo delle tecnologie per la guida autonoma. Del resto, gli ambiti di applicazione dell'intelligenza artificiale sono numerosi, forse anche sottostimati o comunque non ancora immaginabili.

L'impennata che c'è stata nella raccolta fondi da parte di queste startup (da 3,1 a 5 miliardi fra 2015 e 2016) e la vivacità del panorama M&A segnalano una crescente attenzione nei confronti dell'open innovation. Piuttosto che fare ricerca e svi-

luppo a porte chiuse, le multinazionali citate prima hanno infatti deciso di mettersi in pancia delle startup o avviare con loro delle partnership.

E se hanno speso miliardi fuori dal proprio perimetro un motivo ci sarà. In un mondo sempre più globalizzato e digitale fare innovazione solo all'interno del proprio recinto è rischioso, se non altro perché così facendo è più difficile rendersi conto di ciò che accade fuori e di come evolvono i modelli produttivi e le tendenze dei consumatori. La contaminazione con le start up, ma anche con i centri di ricerca o le piccole e medie imprese, consente infatti di avere molti occhi sparsi ovunque, sperimentare con più agilità nuovi business, aumentare quantitativamente il ventaglio dei progetti di innovazione e favorire uno scambio proficuo di competenze ed esperienze.

«La capacità di innovazione interna di una qualunque azienda è fortemente limitata dalle barriere culturali legate al passato e al presente — spiega Andrea Rangone, ceo di Digital360, gruppo specializzato nella trasformazione digitale di imprese e PA — In un mondo in cui la digital disruption sta cambiando pesantemente le regole del gioco, per le aziende è fondamentale recepire stimoli di innovazione dalle realtà che concepiscono l'innovazione in modo diverso, non più come estrapolazione dal passato».

Le start up sono senza dubbio fra queste. Dai loro progetti con i big, basati su quelli che Rangone definisce "rapporti di complementarità in una logica super-additiva", stanno nascendo dei mix esplosivi.

Ci sono compagnie che comprano le start up o avviano con loro dei rapporti di collaborazione a lungo termine. Quelle che organizzano i cosiddetti hackathon, durante i quali decine di sviluppatori si sfidano per creare la soluzione migliore, magari già pronta per lo sbarco sul mercato. E ancora quelle che partecipano a fondi di venture capital o mettono in piedi degli incubatori.

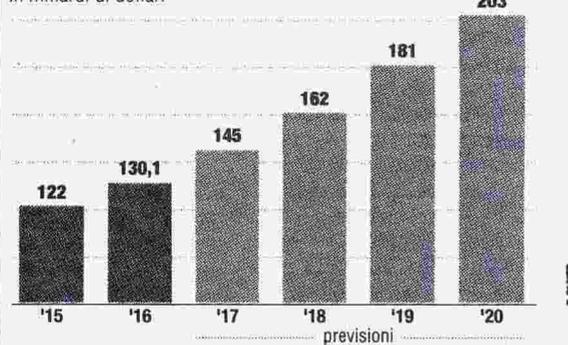
Ogni azienda sceglie insomma la via migliore per aprire le proprie porte a chi, facendo ricerca e sviluppo, può garantire un valore aggiunto. Sia esso un nuovo prodotto o servizio, oppure anche solo un semplice, ma pur sempre utile, scambio di idee. (a.fr.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I RICAVI DEI BIG DATA

In miliardi di dollari



I ricavi dei **Big Data** sono in crescita costante dal 2015. È prevista la prosecuzione del trend almeno fino al 2020 quando si sforeranno i 200 miliardi