

Dal paese del tombolo siciliano la tecnologia per la pubblicità personalizzata che fa gola alle multinazionali

MIRABELLA IMBACCARI – Nel paesino di 4 mila abitanti in provincia di Catania è nata la EdisonWeb, un'azienda di giovani e brillanti esperti di nuove tecnologie, ideatori di un sistema di pubblicità intelligente molto ricercato dai grossi marchi internazionali.



Sono partiti nel 1994 dallo sgabuzzino di casa di uno dei fondatori, Riccardo D'Angelo, che ha unito intorno a sé un team con un'età media di 28 anni, tutti laureati con il massimo dei voti, qualcuno addirittura con una promettente carriera da ricercatore all'estero. A Mirabella Imbaccari, piccolo centro catanese famoso solo per il suo tombolo, è nata così la EdisonWeb, un'azienda conosciuta ormai a livello internazionale, tanto da essere stata contattata tre anni fa da una ditta di taxi di

New York per avere un supporto tecnologico introvabile persino in America.

Il loro progetto vincente è stato l'ideazione di un sistema di "pubblicità intelligente" che sfrutta il riconoscimento facciale dell'utente posto di fronte ad uno schermo, per proporgli una pubblicità mirata e personalizzata. Questa tecnologia risulta particolarmente utile per i grossi marchi e catene di supermercati che riescono in tal modo a ottenere informazioni sul cliente tipo, per esempio l'età, il sesso, in quali giorni frequenta un determinato negozio o quanto incide sul comportamento d'acquisto la pioggia o il sole. «Noi siamo in grado – spiegano i ragazzi della EdisonWeb – di non bombardare il cervello delle persone con pubblicità non desiderata, ma di dare all'utente quello che egli si aspetta di avere». Insomma il "negozio del futuro", una tecnologia richiesta e fornita in ogni parte del mondo grazie ai risvolti economici che si prospettano per le aziende.

Storia di una scommessa vinta, dimostrazione del fatto che le cose si possono sognare e realizzare, anche nel profondo Sud d'Italia.

