



MF ONLINE

Leggi dopo

Così Matchplat cresce con l'AI

di Emma Bonotti

🕒 tempo di lettura 2 min

Un'idea nata per risolvere un'inefficienza, sviluppata da un gruppo di amici e concretizzata nel 2017 in una start-up digitale. A distanza di appena cinque anni, adesso Matchplat è pronta a fare il prossimo passo e, grazie a un aumento di capitale da circa 25 milioni di euro, diventare una realtà scalabile. Eppure, la piattaforma oggi sul mercato è ben diversa da quella pensata da Andrea Gilberti e il suo team agli esordi. «All'inizio l'obiettivo era creare uno spazio virtuale dove le aziende si potessero incontrare». Il nome di battesimo, del resto, parla da sé: Match-making-platform.

L'anno successivo, un primo round di finanziamento da 150 mila euro promosso da un business angel ha dato il là alla prima trasformazione. «Siamo passati dall'essere una fiera digitale a un data company, collaborando al fianco di esperti come Moody's Analytics». Nel 2019 è arrivata la seconda iniezione di fondi pari a un intero milione di euro, attraverso un'operazione di equity crowdfunding. Allora Matchplat è diventata una società tecnologica, la forma che ha tutt'oggi. «La base su cui conduciamo le ricerche di mercato per i clienti sono sempre le informazioni societarie, ma rispetto a prima riusciamo ad incrociare con le informazioni online in modo automatizzato attraverso l'intelligenza artificiale, per trovare in tempo zero le aziende target per i clienti».

Oltre ai numeri di bilancio, su Matchplat adesso si possono trovare i dati qualitativi estratti dal web su diverse aziende mondiali. «Dai prodotti ai segmenti di mercato in cui operano, raccogliamo tutte quelle informazioni che non vengono aggiornate troppo di frequente sui codici ufficiali, ma possono essere dedotte dai siti delle stesse società. Unendo le informazioni presenti sul web con le fonti ufficiali e i dati economico-finanziari, siamo in grado di delineare un profilo delle aziende più completo per aiutare i clienti a individuare il giusto partner». Tutto a portata di click.

Negli ultimi due anni la società ha ripreso a cercare fondi. Tra il 2021 e il 2022 si è avuta la terza raccolta di capitali che, divisa in due fasi, ha portato nelle casse di Matchplat 3,5 milioni. Nei primi tre round gli investitori spesso provenivano dal portafoglio di oltre 400 clienti della piattaforma. A inizio anno poi è partito il quarto aumento della storia della società. Terminerà entro l'estate, quando il management spera di aver raggiunto la soglia di 25 milioni. «I nuovi fondi verranno impiegati per ampliare la struttura dell'azienda con nuove assunzioni, finanziare possibili acquisizioni e campagne di marketing». Insomma, per continuare a crescere a passo spedito.

Con ricavi pari a 1,5 milioni di euro nel 2021, la società vanta un curriculum collaborazioni con [Webuild](#), Hp e altri grandi gruppi internazionali. «Le società di queste dimensioni cercano in Matchplat l'automazione dei servizi di scouting, mentre le pmi sono attratte dai costi più contenuti e dalla maggiore velocità rispetto alla consulenza tradizionale». L'organico è formato da 50 dipendenti e una decina di collaboratori, distribuiti tra la sede di Bergamo e quella nel Regno Unito. Il gruppo punta a insediarsi a breve anche in Germania per poi proseguire l'espansione nel resto d'Europa, dalla Francia alla Spagna. Un progetto che, però, potrebbe richiedere tempo. Intanto, per il 2023 Gilberti punta a portare i ricavi a circa 3,5 milioni per poi chiudere il triennio al 2025 intorno ai 30 milioni. Un tesoretto considerevole che, secondo il manager, potrebbe un giorno accompagnare Matchplat in borsa. (riproduzione riservata)