

INNOVAZIONE

La startup fiorentina che legge le emozioni

Aeffective è candidata a "Primavera d'impresa": creata da studenti di filosofia, scopre cosa provano i clienti per un prodotto

È stato creato anche un software dedicato esclusivamente al turismo

FIRENZE. Spesso i luoghi comuni ci portano a dire "che vai a fare la facoltà di filosofia? Vuoi essere disoccupato?". E invece il luogo comune viene disintegrato perché sono le persone, con le loro ambizioni, che poi hanno le idee vincenti, a prescindere dai tipi di studi fatti.

Da un gruppo di filosofi è nata nel 2019 una startup innovativa, Aeffective srl. L'obiettivo è semplice: capire le emozioni di un potenziale cliente quando legge un testo, scopre un prodotto.

Tra i fondatori c'è **Goffredo Guidi**, 32 anni: i soci in totale sono 12, il team operativo è composto da quattro persone.

La startup è candidata per l'edizione 2022 di "Primavera d'impresa", il premio alla creatività e all'innovazione imprenditoriale promosso dalla cooperativa Crisis. Il concorso mette insieme enti pubblici, associazioni e giornalisti che si confrontano con micro, piccole e medie imprese su nuovi approcci di fare business per lo sviluppo dei territori.

«L'idea è nata tra i banchi del dipartimento di filosofia dell'Università di Firenze – spiega Guidi -. Eravamo tutti studenti e partecipavamo come membri esterni a una unità di ricerca del dipartimento diretta dalla professoressa **Roberta Lanfredini**. Lei si occupa degli aspetti qualitativi dell'esperienza con un taglio fenomenologico: dunque emozioni, percezioni delle persone. Il gruppo era eterogeneo: all'interno c'erano informatici, linguistici. Allora ci è venuta l'idea basata sull'intelligenza artificiale, la sentiment analysis: si tratta di software di analisi semantica che, attraverso l'ia, consentono di analizzare documenti testuali per scoprire se all'interno ci sono opinioni positive e negative».

E qui, come racconta Guidi, arriva l'ulteriore innovazione di Aeffective, che proviene dalla filosofia: «Attraverso il nostro background di conoscenze noi andiamo oltre il sentiment. Il nostro software infatti non dice solo se la persona sta esprimendo una opinione negativa o positiva. Ci dice pure se esprime un'emozione e, più in generale, quali sono i suoi atteggiamenti. Faccio un esempio: siamo in grado di capire se il consumatore è fedele o occasionale. Questo diventa un valore aggiunto per le aziende».

giunto per le aziende».

La piattaforma di analisi semantica si chiama Quon. Negli ultimi mesi sono stati rilasciati anche altri software, come il Qcare che serve solo per il customer care delle aziende.

«In pratica riusciamo a capire quali sono le richieste più urgenti dei clienti – afferma ancora il fondatore della startup Goffredo Guidi -. E capiamo se un cliente è arrabbiato o ha fretta, ad esempio. Esiste poi un software in ambito turistico, Qtourism, in questo caso si parla di recensioni di alberghi e ristoranti. Le aziende, che devono riposizionarsi dopo il Covid, ci cercano: sapere cosa pensano i clienti è importante».

Le iscrizioni all'edizione 2022 di "Primavera d'impresa" sono aperte fino al 30 maggio (le informazioni e i documenti si possono trovare sul sito www.primaveraimpresa.it/iscriviti), l'evento conclusivo si terrà, di nuovo in presenza, il 14 e 15 giugno al Palazzo Congressi di piazza Adua, a Firenze: ad oggi la rete di "Primavera d'impresa" conta 580 aziende rappresentative di tutte le province toscane, più il 5% di aziende fuori regione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 7167



Superficie 38 %



La squadra che ha creato la startup