



SPAFID
CONNECT

Informazione Regolamentata n. 20237-30-2022	Data/Ora Ricezione 07 Luglio 2022 14:35:13	Euronext Growth Milan
---	--	-----------------------

Societa' : DATRIX
Identificativo : 164598
Informazione
Regolamentata
Nome utilizzatore : DATRIXN01 - GIUSEPPE VENEZIA
Tipologia : REGEM
Data/Ora Ricezione : 07 Luglio 2022 14:35:13
Data/Ora Inizio : 07 Luglio 2022 14:35:14
Diffusione presunta
Oggetto : Analisi ByTek su rispetto privacy e usabilità
imprese Pharma e Luce&Gas

Testo del comunicato

Si veda allegato.

PRIVACY E USABILITA' NEI SETTORI ENERGY E PHARMA: QUANTO SONO ATTENTE E COMPLIANT LE IMPRESE ITALIANE?

Il report della Società ByTek (Gruppo Datrix) ha mappato i settori Pharma e Energy, due macro-industry in forte evoluzione il cui grado di digitalizzazione impatta direttamente sul consumatore finale. Ecco i risultati.

Milano, 7 luglio 2022 - ByTek, la martech company del gruppo Datrix, conferma la volontà di fare divulgazione sui temi legati a dati e Intelligenza Artificiale, rinnovando la collaborazione con l'Istituto Tecnico Economico "Paolo Savi" di Viterbo per i *Percorsi per le Competenze Trasversali ed Orientamento* (PCTO, ex Alternanza Scuola Lavoro). Per il secondo anno consecutivo, la scuola ha coinvolto i propri studenti nel percorso di marketing digitale proposto dal gruppo tecnologico Datrix, in collaborazione con l'Università degli Studi della Tuscia, Dipartimento di Economia, Ingegneria Società e Impresa.

Obiettivo del progetto era analizzare il grado di digitalizzazione delle imprese di due comparti specifici come aziende del Pharma e Utility del mondo Luce&Gas, dal punto di vista del rispetto della compliance con le principali normative sulla Privacy e dell'usabilità dei siti web proprietari secondo gli standard Google.

La mappatura ha riguardato circa 300 aziende italiane dei settori Pharma e Energy, due industry scelte volutamente perché il loro grado di digitalizzazione impatta in maniera diretta sul consumatore finale e coinvolge dati delicati su temi sensibili, come la salute e la casa. Non solo, si tratta di due settori fortemente toccati dalle recenti evoluzioni socio-economiche mondiali, dalla pandemia allo scenario geopolitico, con nuovi comportamenti d'acquisto digitali per il farmaceutico e costi in crescita per l'energia.

L'indagine condotta dai 70 studenti, coordinati nel progetto da Cristina Coscia, Sales Analyst di ByTek, ha raccolto dati puntuali relativi a diversi aspetti della presenza digitale delle aziende e ha evidenziato risultati non incoraggianti, tra cui i principali sono:

- il 56% dei siti del Pharma e ben il 67% dei siti del mondo Energy non rispetta alcuni aspetti specifici legati al trattamento dei dati degli utenti e alla trasparenza dei consensi;
- il 12% dei siti del Pharma e il 17% di quelli luce&gas non presenta il banner per l'accettazione dei cookie;
- in tema di mobile responsiveness, mediamente il 23% delle property digitali indagate di entrambe le industry non è adeguatamente responsiva;
- anche sui Core Web Vitals le prestazioni non sono eccelse, ad esempio sul parametro Largest Contentful Paint, che definisce la velocità di caricamento del principale contenuto di una pagina web, il 60% delle utilities e il 44% dei siti pharma hanno un punteggio valutato da Google stesso come "pessimo".

La ricerca completa è scaricabile [a questo link](#).

Da quanto emerge dal report di ByTek, la risposta alla domanda se i siti delle imprese italiane sono compliant in tema di privacy e usability non è positiva. Seppure possiamo osservare che le aziende dell'Energia hanno uno score Owned Channels & Data leggermente migliore di quello del settore farmaceutico, entrambi i comparti hanno un livello di score pari a 4 su un massimo di 10, quindi una valutazione non certo eccelsa.

Cosa si può dedurre da questi risultati?

Valentina Tortolini, Responsabile di Prodotto di ByTek e coordinatrice del team che ha elaborato i dati della ricerca, afferma: *“Si tratta di una questione di mentalità e di competenze digitali, più che di budget: è importante che le imprese comprendano che adattarsi alle normative sulla privacy non è un’opzione ma un obbligo, e che dunque è fondamentale mettersi al passo il prima possibile, onde evitare sanzioni e danni d’immagine - esordisce Tortolini - In secondo luogo, deve essere chiaro che l’esperienza dell’utente è una condizione oramai imprescindibile per avere una presenza online efficace. Aspetti come la velocità di caricamento, la responsiveness e la fruibilità delle risorse web non sono delle caratteristiche accessorie di un sito e la loro ottimizzazione è basilare per garantire all’utente la migliore esperienza possibile. In ByTek lavoriamo con strumenti martech per analizzare e migliorare la presenza online dei nostri clienti”.*

Tra le altre iniziative di ByTek e del gruppo Datrix che vanno nella direzione di supportare la formazione e la divulgazione dei temi digitali ci sono le collaborazioni con l’Università della Tuscia, il WMF (We Make Future), Talent Garden, l’Università degli Studi di Genova, Learnn e diversi eventi che vedranno intrecciarsi cultura, intelligenza artificiale e umana, machine learning e territorio.

ByTek

ByTek è la martech company del gruppo Datrix, specializzata in soluzioni software proprietarie di Intelligenza Artificiale per misurare e potenziare le performance di Marketing. La tech company si rivolge alle aziende B2B e B2C, con un’offerta che comprende strumenti e tecnologie di empowerment data-driven, al fine di efficientare i processi, prendere decisioni e intraprendere azioni lungo l’intero funnel, raggiungendo e superando gli obiettivi di crescita. Dal 2014, i Clienti riconoscono come tratti distintivi della società l’approccio metodologico e i tempi di esecuzione, il forte focus sui risultati attraverso l’approfondimento analitico e specialistico, l’attitudine a portare innovazione con dati esterni e alternativi, nonché la capacità di formazione.

Datrix

Datrix è un gruppo di tech company che sviluppano soluzioni di Intelligenza Artificiale sostenibile (Augmented Analytics e Modelli di Machine Learning) per la crescita data-driven delle aziende. Le soluzioni di Datrix aggiungono valore misurabile perché raccolgono dati da fonti interne ed esterne, li integrano, cercano correlazioni, scoprono insights e informazioni operative preziose e suggeriscono azioni.

Il Gruppo è attivo su quattro aree di business:

- 1. Al per Marketing & Sales: sviluppa soluzioni di intelligenza artificiale per aumentare le performance Marketing e Vendite delle aziende;*
- 2. Al per Data Monetization: applica l’intelligenza artificiale ai dati raccolti dalle aziende in compliance con le normative sulla privacy, trasformandoli in valore economico per le stesse;*
- 3. Machine Learning Model Serving: sviluppa modelli di analisi trasparenti e scalabili basati su un framework algoritmico di machine learning per supportare le organizzazioni ad aprire nuove frontiere di business;*
- 4. Al per FinTech: sviluppa soluzioni che utilizzano dati alternativi non convenzionali per migliorare le performance di investitori istituzionali e privati nella selezione dei titoli azionari, nell’individuazione di innovativi temi di investimento e nello scoring ESG.*

Dal 2019 Datrix ha accelerato il suo percorso di crescita anche attraverso acquisizioni in Italia e all'estero. Fanno oggi parte del Gruppo Datrix SpA: 3rdPlace Srl, FinScience Srl, ByTek Srl, Paperlit Srl, Datrix US Inc. e Adapex Inc.. Tramite le sue controllate, Datrix è partner tecnologico di consorzi internazionali per importanti progetti di Ricerca & Sviluppo in ambito finanziario, biomedicale e di cyber security, finanziati dall'Unione Europea e dall'Italia e basati su algoritmi di Artificial Intelligence.

Datrix opera tramite quattro sedi in Italia (Milano, Roma, Cagliari e Viterbo) e una negli Stati Uniti. Approfondimenti su datrixgroup.com

Per maggiori informazioni:

Investor Relations: Giuseppe Venezia, tel. +39 0276281064 - ir@datrixgroup.com

Investor Relations Consultant: Francesca Cocco (Lerxi Consulting) - ir@datrixgroup.com

Ufficio Stampa: Spriano Communication & Partners

Matteo Russo, mob. +39 3479834881 - mrusso@sprianocommunication.com

Jacopo Ghirardi, mob. + 39 3337139257 - ufficiostampa@sprianocommunication.com

Euronext Growth Advisor: Alantra

Stefano Bellavita, tel. +39 0263671601 - stefano.bellavita@alantra.com

Fine Comunicato n.20237-30

Numero di Pagine: 5