



COMUNICATO STAMPA

Dalla sua nascita ad oggi, Evo ha processato transazioni per 100 miliardi di dollari

L'intelligenza artificiale a servizio del mondo del fashion

Londra, Torino - Luglio 2019

Dal 2013 a oggi Evo, leader nelle analisi predittive nel mondo del fashion, ha **elaborato transazioni per 100 miliardi di dollari**. Un volume record per l'azienda che viaggia tra Torino e Londra, nata appena sei anni fa da un'intuizione di Fabrizio Fantini: quella di unire intelligenza artificiale e capacità umane per sostenere e indirizzare le scelte. Un'alleanza preziosa per aiutare a vendere il prodotto giusto, eliminando gli sprechi, anticipando fino a otto settimane l'andamento del mercato. Ed è così che Evo è diventato un punto di riferimento per le analisi predittive, per ottimizzare l'allocazione degli articoli nei negozi e la fissazione dei prezzi di vendita, analizzando serie storiche, dati attuali e previsionali. E oggi celebra un importante traguardo, con 100 miliardi di dollari di transazioni "digerite" dal sistema Evo.

"L'elaborazione di valori così importanti ci permette di avere una gran quantità di dati per strutturare sempre di più il nostro lavoro di analisi a beneficio dei nostri clienti attuali e di quelli futuri - spiega **Fabrizio Fantini**, ceo e fondatore di Evo -. L'uomo e le macchine devono lavorare in perfetta armonia per costruire gli strumenti necessari per portare un'azienda ad ottenere il massimo profitto possibile. Grazie al nostro team di data scientists garantiamo benefici economici per le aziende che si affidano a noi e per questo siamo tranquilli nel richiedere i pagamenti ai nostri clienti solo quando ottengono un guadagno dal nostro operato. Inoltre, dopo appena due settimane di progettazione, siamo già in grado di lavorare in partnership con i clienti".

In soli sei anni di vita, Evo ha già ottenuto importanti traguardi arrivando anche alla pubblicazione sul portale della **Harvard Business School** con il **caso studio della Miroglio**, azienda italiana leader nel comparto della moda e del tessile, tra le prime a credere in Evo per risolvere il problema della domanda volatile del settore del fashion. "Nel 2013 - aggiunge Fantini - ho raccolto le argomentazioni della mia tesi di dottorato ad Harvard che essenzialmente dimostrava come l'uso di algoritmi intelligenti potesse aiutare un'azienda a fare previsioni migliori, prendendo poi decisioni più mirate per aumentare i profitti". Fantini aveva appena 34 anni, ma più dell'età media dei suoi attuali data scientists, e da allora l'azienda ha stabilito prestigiose collaborazioni accademiche internazionali.

La forza di Evo è quella di dare una **risposta concreta ai problemi legati alla gestione dei magazzini, dell'inventario e delle promozioni, stabilendo i prezzi migliori di vendita, abbinando ai metodi di statistica e al machine learning avanzato, l'intuizione umana**. Evo trasforma i dati in segnali predittivi delle tendenze di mercato e li utilizza per permettere alle aziende di prendere decisioni sistematiche e soprattutto proficue. Sono tante, infatti, le variabili che influiscono sul profitto finale e che il giovane e preparato team di Evo può leggere e tradurre in certezze. Variabili come vendite storiche, area geografica e clima vengono infatti utilizzate per



prevedere la potenziale domanda e quindi ottimizzare prezzi, eventuali promozioni e merce in magazzino, pianificando ogni dettaglio.

Non solo fashion: Evo si sta specializzando anche nella **Gdo**, la grande distribuzione organizzata, con un nuovo e ambizioso obiettivo, evitare gli sprechi alimentari.