

Con Plai Mondadori accelera sulle start up dell'intelligenza artificiale

L'ad Porro: nessuna fretta sulla quotazione di Mondadori Digital Su Adelphi a ora «nessuna novità» High Tech

Esaminate in tre anni 1.600 realtà innovative con 20 investimenti finali Andrea Biondi

A essere passate sotto i raggi X sono state 1.600 start up che hanno a che fare con l'intelligenza artificiale. Un'operazione di filtratura da cui poi sono arrivate a dama circa venti investimenti. È questo il bilancio dell'operazione Plai lanciata tre anni fa dal gruppo presieduto da Marina Berlusconi e guidato dall'ad Antonio Porro. I risultati sono stati al centro della presentazione di ieri a Milano, cui hanno preso parte l'ad del Gruppo di Segrate e Stefano Argiolas, amministratore delegato di Plai e chief AI officer del Gruppo, nel corso della "Plai Impact Conference".

Il caso più avanzato è AD cube, start up dell'AI per la pubblicità già entrata nel gruppo. Fra i venti investimenti, Plai ha appena investito in Hi Twin, che crea gemelli virtuali degli utenti per testare campagne. Con Tuduu, piattaforma che incrocia dati alimentari ed e-commerce, Mondadori valuta una collaborazione; con Wordlift, che rende i contenuti più visibili ai motori di ricerca e agli assistenti AI, il confronto è in corso. Un investimento concluso, dunque, e due possibili intese.

L'AI entra intanto nei conti. Un modello sviluppato con la start up Olivia aiuta Mondadori Libri a decidere le ristampe, limitando copie invendute e mancate vendite. Nell'area scolastica sono attivi assistenti integrati nei testi digitali; Studenti+ punta su percorsi personalizzati, mentre GialloZafferano sperimenta servizi per orientare gli acquisti. L'ad Porro, a margine dell'incontro, ha parlato di benefici già visibili sui margini: meno carta, stampa, magazzino e macero, oltre a una migliore disponibilità dei libri. Non è stato indicato un valore complessivo dei risparmi.

Il mercato offre una misura della corsa. Secondo il rapporto di PwC Italia e Plai, il 39% delle imprese editoriali italiane usa almeno una tecnologia AI, contro il 16% della media nazionale. Un'indagine Aie su 97 case editrici porta al 75,3% la quota di chi impiega strumenti AI nei propri processi.

A margine della presentazione l'ad Porro è poi intervenuto nuovamente sul dossier Mondadori Digital, ribadendo che la quotazione è una strada per valorizzare la società, ma «non c'è nessuna scadenza, nessuna fretta. L'integrazione del digital e le acquisizioni vanno avanti a prescindere dalla data in cui faremo, eventualmente, un'Ipo». Rispondendo alle domande di Radiocor l'ad Porro ha poi negato interesse per l'ingresso ne Il Saggiatore (dopo che a maggio scorso Feltrinelli ha rilevato il 30% della società editoriale da Luca Formenton, che ne possedeva il 100%) e quanto all'opzione di Mondadori sul 10% di Adelphi, esercitabile a partire da maggio 2027, «per il momento nessuna novità».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

