

Sartiq rivoluziona le immagini per la moda digitale



Da Lugano la startup Sartiq lancia una tecnologia IA che trasforma schizzi e immagini in shooting realistici, aprendo la strada a un nuovo modo di fare fashion online.

Fiorenza Trento,
Resp. Marketing e comunicazione
Fondazione Agire

Nel mondo dell'e-commerce non si comprano prodotti: si comprano immagini. E in un mercato globale che vale oltre 800 miliardi di franchi di fatturato all'anno, dove i giganti del fashion investono più di 7 miliardi di franchi in shooting fotografici, la qualità visiva di un capo può determinare il successo o il fallimento di un'intera collezione.

È in questo contesto che nasce Sartiq, una startup innovativa incubata presso l'USI Startup Centre di Lugano, che sta ridefinendo le regole della creazione di contenuti per il fashion online.

L'esplosione dei canali digitali ha generato una domanda insaziabile di immagini: ogni

prodotto necessita di fotografie diverse per l'e-commerce, i social media e i marketplace come Zalando, Galaxus o Asos. Ma non è solo una questione di quantità. Un capo d'abbigliamento deve saper "parlare" a chi lo guarda: posa, modello, ambientazione e persino l'espressione devono rispecchiare i codici culturali del pubblico a cui si rivolgono.

Una foto che non rappresenta correttamente fitting e stile del prodotto genera non solo una perdita economica, ma anche un costo ambientale, poiché contribuisce in modo significativo all'alto tasso di resi nel settore della moda online.



Sartiq è nata per risolvere proprio questo problema. «Abbiamo sviluppato un'intelligenza artificiale capace di generare contenuti visivi su larga scala, in modo rapido, personalizzato e fedele al prodotto», spiega Luca Ambrosini, CEO e co-fondatore. La piattaforma consente di trasformare una semplice foto o uno schizzo di prodotto in uno shooting completo, con modelli e scenari generati digitalmente ma di realismo sorprendente.

Eppure, come sottolinea Ambrosini, «la tecnologia da sola non basta». Per garantire un risultato perfettamente coerente con il prodotto originale, Sartiq integra un team interno di fotografi ed esperti di moda che supervisionano e rifiniscono ogni immagine, unendo la precisione dell'intelligenza artificiale all'occhio umano.

Il progetto nasce da un percorso di apprendimento sul campo. Prima di Sartiq, il team aveva fondato una precedente startup partecipando anche al programma Boldbrain Startup Challenge.

«Allora commettemmo l'errore di partire da una tecnologia affascinante senza aver individuato un problema per cui il cliente fosse davvero disposto a pagare», racconta Ambrosini. «Con Sartiq abbiamo fatto l'opposto: abbiamo ascoltato i bisogni dei brand, poi costruito la soluzione.»



I cofondatori: (da sinistra) Luca Ambrosini (CEO), Andrea Ravano (CPO Chief Product Officer) e Felipe Cardoso (CTO).

L'approccio ha dato i suoi frutti

A settembre, la giovane impresa ha chiuso un round di finanziamento da 2,1 milioni di franchi, guidato dal fondo Founderful, con la partecipazione di VentureKick e un follow-on da parte di Magic Mind, il veicolo di investimento di Zest e Compagnia di San Paolo.

I fondi raccolti permetteranno di accelerare lo sviluppo della piattaforma e ampliare le collaborazioni internazionali. Sartiq lavora già con alcuni tra i più grandi brand europei, dai gruppi del lusso ai colossi del retail, dimostrando sul campo l'efficacia della propria tecnologia.

Oggi il team conta sette professionisti tra ingegneri, fotografi e specialisti di moda: un nucleo giovane ma con competenze solide, unito da un obiettivo chiaro - diventare il sistema operativo per la creazione di contenuti visivi nel mondo della moda, rendendo il processo più efficiente, intelligente e sostenibile.

www.sartiq.com | www.agire.ch

