

Hanno parlato di noi

Rassegna stampa

Le uscite su Datamoney.ch e sul nostro lavoro
con l'intelligenza artificiale agentica.

Ogni uscita ha la sua scheda: chi l'ha pubblicata e quando, di che cosa parla
per esteso, la frase che riguarda noi, e la pagina o la schermata dell'articolo
riprodotta per intero. Quotidiani, riviste di settore e stampa online, in Italia e
in Svizzera.

23

uscite in rassegna

16

testate diverse

5

su carta stampata

2023

dalla prima uscita

Le uscite, dalla più recente

01	AI Talks AI TALKS con Michele Ficara: Agenti AI, modelli in locale e sovranità dei dati	15 ottobre 2026	video
02	DailyNet Datamoney.ch presenta alla Ca- mera il programma di AI agen- tica e il report sulle imprese italiane	13 ottobre 2026	carta
03	LaMiaFinanza Datamoney.ch presenta alla Ca- mera il report sull'AI agentica italiana	12 ottobre 2026	online
04	Assodigitale Datamoney.ch presenta sei si- stemi agentici per le imprese	12 ottobre 2026	online
05	Media Key AI AGENTICA: DATAMONEY.CH debutta alla Camera dei Depu- tati di Roma e presenta il suo esclusivo programma di svi- luppo con servizi ed applica- zioni concrete ed inedite	12 ottobre 2026	online
06	Cellulare Magazine «Ci risentiamo a settembre»: la prima campagna pubblicitaria ideata, prodotta e pubblicata dall'AI	9 settembre 2026	online
07	ADVexpress (ADC Group) Datamoney.ch con «Ci risen- tiamo a settembre» firma la prima campagna pubblicitaria italiana interamente agentica	7 settembre 2026	online
08	BitMat La prima campagna pubblica- rità italiana dichiaratamente agentica	7 settembre 2026	online
09	DailyNet «Ci risentiamo a settembre»: l'AI agentica firma la sua prima campagna pubblicitaria	4 settembre 2026	carta

10	Touchpoint Today Datamoney porta la pubblicità «in vacanza» con 43 creatività e zero euro di adv	4 settembre 2026	carta
11	Media Key «Ci risentiamo a settembre»: la prima campagna pubblicitaria dichiaratamente agentica, ideata, prodotta e pubblicata da un'AI	3 settembre 2026	online
12	LaMiaFinanza Datamoney.ch promuove l'AI agentica con una campagna social estiva	3 settembre 2026	online
13	Assodigitale Datamoney.ch lancia una campagna social sull'AI agentica	3 settembre 2026	online
14	Bluermes Datamoney.ch lancia una campagna social sull'AI agentica	3 settembre 2026	online
15	Engage Datamoney.ch affida all'AI agentica una campagna social: 43 creatività distribuite su 11 piattaforme	2 settembre 2026	online
16	Il Giornale delle PMI AI Act è pienamente operativo: sai davvero cosa fare ora con la AI?	10 agosto 2026	online
17	MilanoFinanza AI agentica, ecco quanto è davvero diffusa nelle aziende italiane tra realtà e retorica	5 agosto 2026	online
18	il Giornale AI agentica: quanto è diffusa nelle aziende italiane?	5 agosto 2026	online
19	Cellulare Magazine AI agentica, Datamoney pubblica gli Stati Generali italiani: documenti, obblighi e realtà dietro la parola «agente»	4 agosto 2026	online
20	LaMiaFinanza Stati Generali della AI agentica italiana. Qui il report a oggi, le sanzioni, la responsabilità	3 agosto 2026	online

21	Assodigitale AI Act diventa operativo: scopri cosa fare con il report sugli Stati Generali della AI agentica	3 agosto 2026	online
22	Corriere del Ticino Robinhood, il «casinò digitale» dove al tavolo siede anche l'IA	10 luglio 2026	carta
23	Ticino Welcome Come non farsi licenziare da ChatGPT AI	Marzo-Maggio 2023	carta

Come è organizzata

Interviste e video · ottobre 2026

Le interviste video a Michele Ficara Manganelli: agenti AI, modelli in locale e sovranità dei dati. **1 uscite:** AI Talks.

Comunicato stampa alla Camera dei Deputati · ottobre 2026

La presentazione alla stampa italiana, il 9 ottobre 2026 nella Sala Stampa della Camera dei Deputati, del programma di sviluppo di Datamoney.ch e del report «Stati Generali della AI agentica italiana». **4 uscite:** DailyNet, LaMiaFinanza, Assodigitale, Media Key.

Campagna agentica «Ci risentiamo a settembre» · settembre 2026

La prima campagna pubblicitaria dichiaratamente agentica: 43 creatività, 11 piattaforme, zero euro di advertising. **10 uscite:** Cellulare Magazine, ADVexpress (ADC Group), BitMat, DailyNet, Touchpoint Today, Media Key, LaMiaFinanza, Assodigitale, Bluermes, Engage.

Report «Stati Generali della AI agentica italiana» · agosto 2026

Il report sullo stato reale dell'AI agentica nelle aziende italiane e sugli obblighi introdotti dall'AI Act. **6 uscite:** Il Giornale delle PMI, MilanoFinanza, il Giornale, Cellulare Magazine, LaMiaFinanza, Assodigitale.

Prima di Datamoney.ch · 2023 — 2026

Le uscite sul lavoro di Michele Ficara Manganelli che hanno preceduto il progetto. **2 uscite:** Corriere del Ticino, Ticino Welcome.

VIDEO SU YOUTUBE

AI TALKS con Michele Ficara: Agenti AI, modelli in locale e sovranità dei dati

Gianluigi Cogo

<https://www.youtube.com/watch?v=c-awoXiCsHc>**DI CHE COSA PARLA**

AI Talks è la rubrica video di Gianluigi Cogo sul suo canale YouTube: nell'episodio del 15 ottobre 2026, di 26 minuti, l'ospite è Michele Ficara Manganeli, fondatore di Datamoney.ch.

Il tema, come lo presenta lo stesso Cogo nella descrizione, è il passaggio dall'AI generativa all'AI agentic e la sfida della sovranità dei dati: i modelli in locale contro il cloud, per la privacy e per abbattere i costi dei token; l'AI Act, la conformità e la responsabilità umana; l'hardware dedicato, da Mac Studio alle GPU Nvidia; i sistemi multi-agente, tra finanza autonoma, paper trading e sviluppo del software.

Il video ha 15 capitoli: si parte con Datamoney e il polo di ricerca AI a Lugano (minuto 1:00), si passa dall'AI Act (3:41) ai costi dei token e all'AI on-premise (5:28), dall'hardware per i modelli locali (6:47) agli agenti per la finanza personale e al paper trading (11:00), e si chiude con l'inferenza economy e il prompt engineering (24:00).

Su datamoney.ch l'intervista ha una pagina dedicata, con il video e i capitoli cliccabili che partono dal minuto scelto.

VIDEO SU YOUTUBE • 15 OTTOBRE 2026

AI TALKS con Michele Ficara: Agenti AI, modelli in locale e sovranità dei dati

Michele Ficara Manganelli ospite di AI Talks, la rubrica video di Gianluigi Cogo: dall'AI generativa all'agentica, modelli in locale e sovranità dei dati.



CARTA STAMPATA

Datamoney.ch presenta alla Camera il programma di AI agentica e il report sulle imprese italiane

La redazione

Ritaglio dell'edizione cartacea · 2026-10-13-dailynet.pdf

La frase che riguarda noi

«La direzione dichiarata da Datamoney.ch è netta: potenziare le persone, non rimpiazzarle.»

DI CHE COSA PARLA

DailyNet è il quotidiano del marketing in rete, alla ventiquattresima annata: l'articolo occupa la pagina con il titolo su tre righe, preceduto in verde dalla parola «Mercato», il ritratto di Michele Ficara Manganelli e un sommario che riassume l'incontro: «Dalla redazione automatizzata al trading algoritmico, sei sistemi già operativi e una ricerca su 77 organizzazioni».

Il pezzo racconta la presentazione alla Camera dei Deputati di Roma del programma di sviluppo di Datamoney.ch e del report «Stati Generali della AI agentica italiana – Ver. 1.0», realizzato con Swiss Blockchain & AI Consortium, con gli interventi di Paolo Brambilla, consigliere dell'Ordine dei Giornalisti della Lombardia e Of Counsel del board di Datamoney, e di Michele Ficara Manganelli, direttore esecutivo di Datamoney.ch.

Parte dalla distinzione tra un chatbot, che genera un testo su richiesta, e un agente, che riceve un obiettivo, pianifica le operazioni, le esegue in sequenza e restituisce il risultato, sempre sotto la direzione e il controllo di una persona, su un'infrastruttura privata che resta nel perimetro del cliente. Elenca poi le sei applicazioni — la redazione agentica, già attiva su assodigitale.it e lamiafinanza.it, la monetizzazione del traffico dei siti, la comunicazione con generazione di contatti, il trading algoritmico fornito come tecnologia a istituti già autorizzati, la formazione riservata al vertice aziendale e le campagne pubblicitarie in regia agentica — e cita «Ci risentiamo a settembre», indicata da Datamoney.ch come la prima campagna

pubblicitaria italiana dichiaratamente agentica: 43 creatività su undici piattaforme social, senza investimenti in pubblicità a pagamento.

Due intertitoli chiudono il pezzo. «AI Act e trasparenza»: il report esce il 3 agosto 2026, il giorno dopo l'entrata in funzione dell'AI Act, conta 48 pagine e supera i 5.000 download; il capitolo 10 affronta gli obblighi dell'articolo 50 del Regolamento (UE) 2024/1689, come modificato dal Regolamento (UE) 2026/1744, la responsabilità del fornitore, i massimali delle sanzioni e la documentazione minima da conservare. «Un'indagine su 77 realtà»: 16 documenti letti integralmente, il doppio conteggio dei termini «intelligenza artificiale» e «agentica» con la verifica del contesto, il vocabolario in cinque livelli con la soglia fra il terzo e il quarto, e i controlli di coerenza, attendibilità e pertinenza prima della supervisione umana finale.

Datamoney.ch presenta alla Camera il programma di AI agentica e il report sulle imprese italiane

DailyNet è il quotidiano del marketing in rete: l'incontro alla Camera dei Deputati occupa la pagina, con il ritratto di Michele Ficara Manganelli.

DailyNet
Il quotidiano del marketing in rete

#174

ANNO XXIV - MARTEDÌ 13 OTTOBRE 2026

Radio
SPORTIVA
Raccontiamo Emozioni



LO SPORT È TUTTO QUI.

Mercato Datamoney.ch presenta alla Camera il programma di AI agentica e il report sulle imprese italiane

Dalla redazione automatizzata al trading algoritmico, sei sistemi già operativi e una ricerca su 77 organizzazioni. A Roma la società illustra applicazioni concrete dell'intelligenza artificiale agentica e una guida agli obblighi di trasparenza europei

Un obiettivo, sei sistemi operativi e una domanda destinata a ridisegnare l'organizzazione del lavoro: quanto può fare una macchina prima che sia necessario l'intervento umano? Datamoney.ch, società svizzera specializzata nell'intelligenza artificiale agentica, presenta alla Camera dei Deputati di Roma il proprio programma di sviluppo e il report "Stati Generali della AI agentica italiana - Ver. 1.0", realizzato con Swiss Blockchain & AI Consortium. All'incontro intervengono Paolo Brambilla, consigliere dell'Ordine dei Giornalisti della Lombardia e Of Counsel del board di Datamoney, e Michele Ficara Manganelli, direttore esecutivo di Datamoney.ch. La proposta parte da una distinzione fondamentale: un chatbot genera un testo su richiesta, mentre un agente riceve un obiettivo, pianifica le operazioni necessarie, le esegue in sequenza e restituisce il risultato, sempre sotto la direzione e il controllo di una persona. L'infrastruttura è privata e



resta nel perimetro del cliente, così i dati rimangono in azienda. Il programma di Datamoney.ch comprende sei applicazioni. La redazione agentica è già attiva su testate online italiane, tra cui assodigitale.it e la miafinanza.it. Seguono la monetizzazione del traffico dei siti, la comunicazione con generazione di contatti, il trading algoritmico, fornito come tecnologia a istituti già autorizzati, la formazione riservata al vertice aziendale e le campagne pubblicitarie in regia agentica. La società, che opera sotto il patrocinio dello Swiss Blockchain Consortium, punta a integrare l'intelligenza artificiale nei processi aziendali senza sostituire le persone, ma liberandole dalle attività ripetitive e complesse. Tra le iniziative già realizzate figura «Ci risentiamo a settembre», indicata da Datamoney.ch come la prima campagna pubblicitaria italiana dichiaratamente agentica: 43 creatività distribuite su undici piattaforme social, senza investimenti in pubblicità a pagamen-

to. Una dimostrazione concreta di un modello che punta a combinare automazione, controllo e utilizzo efficiente delle risorse.

AI ACT E TRASPARENZA

Il 3 agosto 2026, il giorno successivo all'entrata in funzione dell'AI Act, Datamoney.ch pubblica «Stati Generali della AI agentica italiana», una guida operativa alla normativa europea. Il documento, disponibile gratuitamente, conta 48 pagine e supera i 5.000 download. Il capitolo 10 affronta gli obblighi di trasparenza applicabili dal 2 agosto 2026, previsti dall'articolo 50 del Regolamento (UE) 2024/1689, come modificato dal Regolamento (UE) 2026/1744. Il testo chiarisce a chi spettano gli obblighi per i sistemi che interagiscono con le persone: la responsabilità ricade sul fornitore, non automaticamente sull'organizzazione che utilizza la tecnologia. Il capitolo illustra inoltre i massimali delle sanzioni e la documentazione minima da conservare, compresa la delibera interna che attribuisce le responsabilità, un elemento spesso assente. Un passaggio che mette al centro la necessità di definire ruoli e procedure prima di integrare l'AI nei processi. Il report analizza ciò che le organizzazioni italiane dichiarano pubblicamente sull'intelligenza artificiale. Il campione comprende 77 realtà, tra società quotate e non quotate, gruppi industriali, amministrazioni pubbliche e centrali di committenza. L'esame riguarda documenti

pubblicati e sottoscritti direttamente dalle organizzazioni: bilanci, piani industriali, comunicati ufficiali e bandi di gara.

UN'INDAGINE SU 77 REALTÀ

Sedici documenti sono stati letti integralmente, con un doppio conteggio delle espressioni «intelligenza artificiale» e «agentico» e la verifica del contesto di ogni occorrenza. Ogni affermazione del report rimanda a un documento preciso, corredato da data e fonte. L'oggetto dell'analisi è quindi circoscritto alle dichiarazioni contenute negli atti pubblici, senza estendere le conclusioni oltre le evidenze documentali. Il lavoro propone anche un vocabolario in cinque livelli per distinguere le diverse tipologie di agenti: dai chatbot a regole, vincolati a percorsi predefiniti, fino agli agenti autonomi, capaci di pianificare ed eseguire operazioni. La soglia decisiva si colloca tra il terzo e il quarto livello, quando il sistema smette di limitarsi a suggerire e comincia ad agire su altri sistemi. La metodologia Datamoney prevede che gli agenti raccolgano e confrontino informazioni provenienti da fonti istituzionali, documenti ufficiali e banche dati. Seguono controlli di coerenza, attendibilità e pertinenza, prima della pubblicazione e della supervisione umana finale. L'intelligenza artificiale resta così uno strumento di ricerca e analisi a supporto del giudizio professionale. La direzione dichiarata da Datamoney.ch è netta: potenziare le persone, non rimpiazzarle.

ARTICOLO ONLINE

Datamoney.ch presenta alla Camera il report sull'AI agentica italiana

Michele Ficara Manganelli

<https://www.lamiafinanza.it/2026/10/datamoney-ch-presenta-alla-camera-il-report-sullai-agentica-italiana/>

La frase che riguarda noi

«L'obiettivo dichiarato è rafforzare le capacità delle persone, non sostituirle.»

DI CHE COSA PARLA

LaMiaFinanza è la testata di finanza personale di Datamoney.ch, diretta da Paolo Brambilla.

Il comunicato sulla presentazione alla Camera dei Deputati pubblicato per intero, come resoconto dell'incontro di venerdì 9 ottobre 2026, dalle 12.00 alle 13.00 nella Sala Stampa, con gli interventi di Paolo Brambilla, Consigliere dell'Ordine dei Giornalisti della Lombardia, e di Michele Ficara Manganelli, Direttore Esecutivo di Datamoney.ch.

Il pezzo spiega la differenza tra un chatbot e un agente di intelligenza artificiale, elenca i sei sistemi già operativi e ricorda che girano su infrastrutture private dentro il perimetro del cliente, con i dati che restano in azienda. Riprende anche i numeri del report — 48 pagine gratuite, oltre 5.000 download — e la campagna «Ci risentiamo a settembre»: 43 creatività su undici piattaforme social, senza spese per pubblicità a pagamento.

Un capitolo è dedicato all'AI Act: l'articolo 50 sugli obblighi di trasparenza, applicabili dal 2 agosto 2026, la responsabilità del fornitore, i massimali delle sanzioni e i documenti da conservare. Un altro descrive il metodo del report: 77 realtà italiane esaminate, 16 documenti letti integralmente, il doppio conteggio dei termini «intelligenza artificiale» e «agentico» nel loro contesto.

L'articolo riporta per intero le dichiarazioni di Paolo Brambilla e di Michele Ficara Manganelli e si apre con «La notizia in sintesi», il riassunto in quattro righe generato dalla redazione agentica di

Datamoney.ch presenta alla Camera il report sull'AI agentica italiana

LaMiaFinanza è la testata di finanza personale di Datamoney.ch, diretta da Paolo Brambilla.

LMF ADV Redazione Brand Video News Mercati Finanza Risparmio Previdenza Educational

video motori real estate crypto private markets arte food legal green

la mia finanza

Acquisto Brand Voice su Lamiafinanza.it

CLICCA QUI

Datamoney.ch presenta alla Camera il report sull'AI agentica italiana

Michele Ficara Manganelli - 12/10/2026 14:50:16 (updated 12/10/2026 14:52:24)



La notizia in sintesi

- Datamoney.ch ha presentato alla Camera dei Deputati il programma di sviluppo e il report sull'intelligenza artificiale agentica italiana.
- La società svizzera realizza sistemi agentici su infrastrutture private, con dati aziendali e supervisione umana.
- Il report ha esaminato i documenti pubblici di 77 realtà italiane e approfondito gli obblighi dell'AI Act.
- La pubblicazione gratuita comprende un vocabolario, una lista di controllo e cinque domande da rivolgere ai fornitori.

🔗 Riassunto generato da [Redazione AI AGENTICA](#) di [Datamoney.ch](#)

Datamoney.ch ha presentato il proprio programma di sviluppo e il report «Stati Generali della AI agentica italiana – Ver. 1.0» alla Camera dei Deputati. L'incontro si è svolto venerdì 9 ottobre 2026, dalle 12.00 alle 13.00, nella Sala Stampa. La società svizzera, con sede a Lugano, realizza agenti di intelligenza artificiale per le imprese.

Il report è stato realizzato con Swiss Blockchain & AI Consortium. Alla presentazione alla stampa italiana sono intervenuti Paolo Brambilla, Consigliere dell'Ordine dei Giornalisti della Lombardia e Of Counsel del Board di Datamoney, e Michele Ficara Manganelli, Direttore Esecutivo di Datamoney.ch.

video

Un nemico invisibile ma pervasivo: l'inquinamento atmosferico. Intervista al prof. Sergio Harari

Anna Ongaro Sis ID ed il concetto di offensiva globale al Fraud-as-a-Service.

Cottarelli smaschera l'alibi europeo: la verità sulla stagnazione italiana

Elsa Fornero presenta il nuovo libro: i suggerimenti per non essere succubi della finanza

SILVIA SALIS a Bedigital: GIUSTIZIA DIGITALE E INFRASTRUTTURE: IL RUOLO DELL'IA A GENOVA

Klarna e la scalata al Sistema Bancario: la Metamorfosi del Credito in Ecosistema Digitale BNPL

motori

Renault svela E-Space Concept, monovolume con interni modulabili

Alpine presenta A310 VISION, omaggio contemporaneo alla storica A310

Chery porta al Salone di Parigi cinque modelli destinati all'Italia

Polestar stima 14.371 auto vendute nel suo miglior terzo trimestre

real estate

Convegno Saie 2026: AI può progettare una struttura?

Lugano, prezzi e affitti in calo

ARTICOLO ONLINE

Datamoney.ch presenta sei sistemi agentici per le imprese

Michele Ficara Manganelli

<https://assodigitale.it/datamoney-ch-presenta-sei-sistemi-agentici-per-le-imprese/>

La frase che riguarda noi

«Sei sistemi sono già operativi, con un'impostazione tecnica basata su infrastrutture private all'interno del perimetro del cliente.»

DI CHE COSA PARLA

Assodigitale è la testata di tecnologia e attualità digitale di Datamoney.ch, che pubblica notizie e approfondimenti sull'innovazione digitale.

Lo stesso comunicato riscritto con taglio tecnologico: l'articolo parte dalla differenza tra un chatbot, che produce una risposta, e un agente, che riceve un obiettivo, organizza le attività necessarie, le esegue in sequenza e restituisce il risultato, sotto la direzione e il controllo di una persona.

Elenca i sei sistemi già operativi — la redazione agentica, la monetizzazione del traffico dei siti, la comunicazione e la generazione di contatti, il trading algoritmico fornito come tecnologia a istituti già autorizzati, la formazione riservata al vertice aziendale e le campagne pubblicitarie in regia agentica — e spiega la scelta dell'infrastruttura privata, dentro il perimetro del cliente, con le due dichiarazioni di Michele Ficara Manganelli sull'inventario dei sistemi in uso e sui dati che restano in azienda.

Descrive poi il metodo del report (77 realtà italiane, 16 documenti letti per intero, il doppio conteggio dei termini), le cinque categorie del vocabolario e il capitolo sull'articolo 50 dell'AI Act, con la lista di controllo e le cinque domande da rivolgere al fornitore. L'articolo riporta la dichiarazione di Paolo Brambilla e si apre con «La notizia in sintesi», il riassunto in quattro righe generato dalla redazione agentica di Datamoney.ch.

Datamoney.ch presenta sei sistemi agentici per le imprese

Assodigitale è la testata di tecnologia e attualità digitale di Datamoney.ch, che pubblica notizie e approfondimenti sull'innovazione digitale.

**BOMBE DI PREZZO**

Errori di prezzo Amazon: iscriviti gratis!

amazon



79,99 €

Entra nel canale →



ARTICOLO ONLINE

AI AGENTICA: DATAMONEY.CH debutta alla Camera dei Deputati di Roma e presenta il suo esclusivo programma di sviluppo con servizi ed applicazioni concrete ed inedite

La redazione

<https://mediakey.it/news/ai-agentica-datamoney-ch-debutta-alla-camera-dei-deputati-di-roma-e-presenta-il-suo-esclusivo-programma-di-sviluppo-con-servizi-e-d-applicazioni-concrete-ed-inedite/>

La frase che riguarda noi

«Un solo obiettivo: potenziare le persone, non rimpiazzarle.»

DI CHE COSA PARLA

Media Key è una delle riviste storiche della pubblicità e della comunicazione italiana, letta dagli addetti ai lavori delle agenzie.

Il comunicato sulla presentazione alla Camera dei Deputati pubblicato per intero e con lo stesso titolo, nella sezione «Aziende e carriere», il 12 ottobre. L'articolo racconta l'incontro di venerdì 9 ottobre 2026 in Sala Stampa e gli interventi di Paolo Brambilla e di Michele Ficara Manganelli.

Il pezzo spiega la differenza tra un chatbot e un agente di intelligenza artificiale, elenca i sei sistemi già operativi e ricorda che girano su infrastruttura privata, con i dati che restano in azienda. Riprende anche il capitolo sull'AI Act, il metodo del report (77 realtà italiane, 16 documenti letti integralmente) e il vocabolario in cinque voci, e riporta per intero le due dichiarazioni.

Sotto l'apertura c'è il collegamento «Guarda il video dell'intervento · 2 minuti», e il pezzo si apre con un'immagine di Datamoney.ch con la frase «Perché sostituire, quando puoi potenziare?».

AI AGENTICA: DATAMONEY.CH debutta alla Camera dei Deputati di Roma e presenta il suo esclusivo programma di sviluppo con servizi ed applicazioni concrete ed inedite

Media Key è una delle riviste storiche della pubblicità e della comunicazione italiana, letta dagli addetti ai lavori delle agenzie.

AZIENDE E CARRIERE

AI AGENTICA: DATAMONEY.CH DEBUTTA ALLA CAMERA DEI DEPUTATI DI ROMA E PRESENTA IL SUO ESCLUSIVO PROGRAMMA DI SVILUPPO CON SERVIZI ED APPLICAZIONI CONCRETE ED INEDITE

 Pubblicato da **Redazione** 12/10/2026


Datamoney.ch, società svizzera con sede a Lugano che realizza agenti di intelligenza artificiale per


I CORSI DI MEDIA KEY ACADEMY


ARTICOLO ONLINE

«Ci risentiamo a settembre»: la prima campagna pubblicitaria ideata, prodotta e pubblicata dall'AI

La redazione

<https://www.cellulare-magazine.it/ci-risentiamo-a-settembre-la-prima-campagna-pubblicitaria-ideata-prodotta-e-pubblicata-dallai/>

La frase che riguarda noi

«Io non sono un creativo, non lo sono mai stato. Per questo il punto non è che l'AI mi ha sostituito: mi ha potenziato, mi ha fatto fare una cosa che da solo non avrei saputo fare. E l'abbiamo scritto in coper-tina, mentre mezzo settore l'AI la usa e si vergogna a dirlo ai clienti.»

DI CHE COSA PARLA

Cellulare Magazine è una testata italiana di tecnologia specializzata in dispositivi mobili e innovazione digitale. È la seconda volta che segue il nostro lavoro: dopo il report degli Stati Generali ad agosto, qui racconta la campagna. L'articolo parte dalla battuta di Fantozzi — «l'agentic è una corazzata pazzesca» — e fa notare che a scriverla è stata un'intelligenza artificiale, su se stessa: non una presa in giro degli altri, ma di sé, ed è quello il punto della serie.

Il pezzo insiste sul «dichiaratamente» più di ogni altra uscita: nella comunicazione l'AI ormai la usano quasi tutti, a scriverlo al cliente molti meno. Qui l'autore artificiale non è una nota a piè di pagina, è il protagonista che si firma e si racconta. Ricostruisce poi il calendario — AI Act 2.0 in funzione il 2 agosto, report pubblicato il 3, campagna ideata in un giorno solo il 4 e già in pubblicazione il 5 — e spiega la differenza fra AI generativa e AI agentic: la prima scrive un testo quando gliela chiedi, la seconda decide da sola i passi da fare, li esegue e riporta il risultato finito. Non una sfumatura tecnica: la differenza fra uno strumento e un collaboratore.

È l'unica uscita che dice a chiare lettere che cosa c'era nel report oltre alla fotografia del mercato: la ricognizione dei rischi sanzionatori dell'AI Act, fino ai profili di rilevanza penale che alcune violazioni arrivano a configurare. Da lì spiega l'urgenza della campagna — un documento che non poteva aspettare settembre — e riporta il

metodo di misura: ogni uscita su ogni canale ha un proprio codice di tracciamento, così i tre soggetti più premiati dal pubblico (il Padrino, Fantozzi, Terminator) sono un dato, non una sensazione. Anche il conteggio quotidiano, scrive, lo fa l'AI da sola.

Ma soprattutto è l'uscita che pubblica per intero la dichiarazione di Michele Ficara Manganelli, la più lunga di tutta la rassegna: l'idea nata sotto l'ombrellone in Grecia, il collegamento dalla spiaggia al server proprietario con inferenza AI locale e privata («i documenti aziendali non li mando a spasso per il cloud»), e la frase che riassume la nostra posizione — non sostituzione, potenziamento. Si chiude con il passaggio da esperimento a servizio: da oggi la campagna in regia agentica è a disposizione dei clienti.

«Ci risentiamo a settembre»: la prima campagna pubblicitaria ideata, prodotta e pubblicata dall'AI

Cellulare Magazine è una testata italiana di tecnologia specializzata in dispositivi mobili e innovazione digitale.

Home > Tablet e PC > "Ci risentiamo a settembre": la prima campagna pubblicitaria ideata, prodotta e pubblicata...

Tablet e PC

"Ci risentiamo a settembre": la prima campagna pubblicitaria ideata, prodotta e pubblicata dall'AI

9 Settembre 2026



43 soggetti, uno al giorno per un mese e mezzo, su undici piattaforme social, zero euro di advertising: Datamoney.ch firma la prima campagna pubblicitaria italiana dichiaratamente agentica — fatta da un'AI, e senza nasconderselo. Ideata in un giorno solo, per una ragione seria: oltre 5.000 download di un report che non poteva aspettare settembre.

"L'agentica è una corazzata pazzesca" A scriverlo di sé, citando Fantozzi, è stata un'intelligenza artificiale. Ad agosto. Mentre gli italiani erano in vacanza e lei era l'unica rimasta in ufficio. Non era una battuta sugli altri: era una battuta su di sé, ed è esattamente questo il punto.

Dal 5 agosto, ogni giorno, sui canali social di Datamoney e del suo direttore esce una creatività della serie "Ci risentiamo a settembre": 43 soggetti che accompagnano l'estate degli italiani in tre atti. Prima la chiusura degli uffici e la partenza per le ferie; poi le settimane centrali di agosto, affidate ai grandi titoli del cinema riscritti in chiave agentica — dal Padrino a Fantozzi, da Matrix a Terminator; infine il rientro. Un mese e mezzo in cui un'intelligenza artificiale fa dell'ironia sull'unica cosa di cui è davvero esperta: se stessa.

Sul "dichiaratamente" vale la pena fermarsi un attimo. Nel mondo della comunicazione l'AI ormai la usano quasi tutti; a scriverlo al cliente, molti meno. Questa campagna fa il contrario: l'autore artificiale non è un segreto da tenere in fondo al cassetto, è il protagonista. È l'AI stessa che si firma, si racconta e si

a più di pagina.

Come vengono utilizzati i tuoi dati

Le tue preferenze relative alla privacy sono importanti. Ecco perché, in base a un interesse legittimo, noi e i nostri partner trattiamo e condividiamo solo dati limitati, come il tipo di dispositivo e le interazioni con i contenuti, per scopi pubblicitari, di ricerca e di sviluppo di servizi.

Visualizza l'elenco dei partner e gestisci le impostazioni della privacy.

Smart Home dispositivi

ARTICOLI POPOLARI

Come recuperare foto eliminate definitivamente da iPhone

19 Dicembre 2022

Come sbloccare un telefono con il blocco schermo

23 Settembre 2024

Quote di mercato smartphone secondo Gartner: è duopolio Android-iOS con il 99%

19 Agosto 2016

CES2018: LG e la tv che si nasconde

15 Gennaio 2018

Honor Magic8 Lite: autonomia (super) e resistenza al centro dell'esperienza [recensione+video]

17 Febbraio 2026

Scopri di più

Telefoni cellulari >

smartphone >

Wearable technology >

RECENSIONI

Narwal Freo 20: il robot che lava il mocio mentre pulisce [recensione]

4 Settembre 2026

Huawei Watch GT 7 Pro: più sport, display super luminoso e autonomia da riferimento [recensione + video]

3 Settembre 2026

MSI Prestige 14 Flip AI+: il convertibile premium potente e versatile [recensione]

6 Agosto 2026

Samsung Galaxy Z Fold8: la nostra videorecensione

31 Luglio 2026

HONOR Magic V6: il foldable

ARTICOLO ONLINE

Datamoney.ch con «Ci risentiamo a settembre» firma la prima campagna pubblicitaria italiana interamente agantica

La redazione

<https://www.adcgroup.it/adv-express/creative-portfolio/digital/datamoney-ch-con-ci-risentiamo-a-settembre-firma-la-prima-campagna-pubblicitaria-italiana-interamente-agantica.html>

La frase che riguarda noi

«La campagna “Ci risentiamo a settembre” è il primo caso reale di un servizio che Datamoney.ch porta sul mercato: analisi del prodotto, ideazione del concept di campagna, produzione delle creatività e distribuzione multicanale, interamente in regia agantica, su infrastruttura privata, con la direzione creativa e il controllo editoriale sempre in mano a una persona. Dichiarata al cliente, dal primo giorno.»

DI CHE COSA PARLA

ADVexpress è la testata quotidiana di ADC Group, il gruppo editoriale che segue il mondo delle agenzie e della comunicazione italiana e ne assegna i premi di settore. L'articolo è pubblicato nel «Creative portfolio», la sezione dove finiscono le campagne vere: non è una notizia di cronaca sull'intelligenza artificiale, è la nostra campagna trattata come un caso creativo accanto a quelli delle grandi agenzie.

È l'uscita più lunga e più dettagliata di tutta la rassegna. Racconta i tre atti della serie — la chiusura degli uffici, i classici del cinema riscritti in chiave agantica, il rientro — e spiega al lettore la differenza fra AI generativa e AI agantica: la prima scrive un testo quando glieli chiedi, la seconda decide da sola quali sono i passi da fare, li esegue uno dopo l'altro e riporta il risultato finito. Ricostruisce anche il calendario: AI Act 2.0 in funzione il 2 agosto, report pubblicato il 3, campagna ideata in un giorno solo il 4 e già in pubblicazione il 5.

L'articolo entra nel «come è stata fatta», che è la parte che interessa alle aziende: input e supervisione di una persona sempre, idea nata sotto un ombrellone in Grecia, collegamento in remoto a un server proprietario con inferenza AI locale e privata dentro il perimetro aziendale — nessun servizio in cloud di terzi, quindi nessuna uscita di dati riservati. Riporta i tre soggetti più premiati dal pubblico misurati sui numeri veri (il Padrino, Fantozzi, Terminator), gli undici canali e gli oltre 5.000 download del report a costo pubblicitario zero.

Ed è l'unica uscita che riconosce il passaggio da esperimento a servizio: la campagna viene descritta come il primo caso reale di un servizio che Datamoney.ch porta sul mercato, con la direzione creativa e il controllo editoriale sempre in mano a una persona e l'uso dell'AI dichiarato al cliente dal primo giorno.

Datamoney.ch con «Ci risentiamo a settembre» firma la prima campagna pubblicitaria italiana interamente agentica

ADVexpress è la testata quotidiana di ADC Group, il gruppo editoriale che segue il mondo delle agenzie e della comunicazione italiana e ne assegna i premi di settore.

[ABBONAMENTI](#)
[CONTATTI](#)
[ABOUT US](#)
[MY ADC](#)
[LOGOUT](#)

[ADC Group](#)
[ADVexpress](#)
[e20express](#)
[ADVexpressTV](#)
[Awards](#)
[Cerca](#)

UPDATE: Effie Awards Italy 2026: Mate, Ogilvy, VML e Saatchi & Saatchi vincono l'Oro

[Home](#) / [ADVexpress](#) / [Creative portfolio](#) / [Digital](#) / Datamoney.ch con "Ci risentiamo a settembre"...

07/09/2026 10:18

"L'AGENTICA TORNERÀ. E STAVOLTA LAVORA PER TE"

— TERMINATOR

REPORT GRATUITO - VER. 1.0

AI ACT ORA È UN OBBLIGO: COME ADEGUARSI ALLE NUOVE REGOLE — scarica il report Stati Generali della AI agentica.

[SCARICA ORA](#)

Digital

Datamoney.ch con "Ci risentiamo a settembre" firma la prima campagna pubblicitaria italiana interamente agentica

43 creatività, 11 piattaforme e zero euro di advertising: la company affida a un'AI agentica ideazione, produzione e pubblicazione di una campagna che, invece di nascondere l'uso dell'intelligenza artificiale, lo trasforma nel cuore della comunicazione. Un esperimento nato in un solo giorno per promuovere il report sull'AI agentica italiana, capace di superare 5.000 download durante agosto grazie a ironia, cultura pop e distribuzione automatizzata.

"L'agentica è una corazzata pazzesca." A scriverlo di sé, citando Fantozzi, è stata un'intelligenza artificiale. Ad agosto. Mentre gli italiani erano in vacanza e lei era l'unica rimasta in ufficio. Non era una battuta sugli altri: era una battuta su di sé, ed è esattamente questo il punto.

Dal 5 agosto, ogni giorno, sui canali social di Datamoney e del suo direttore esce una creatività della serie **"Ci risentiamo a settembre"**: 43 soggetti che accompagnano l'estate degli italiani in tre atti. Prima la chiusura degli uffici e la partenza per le ferie; poi le settimane centrali di agosto, affidate ai grandi titoli del cinema riscritti in chiave agentica — dal Padrino a Fantozzi, da Matrix a Terminator; infine il rientro. Un mese e mezzo in cui un'intelligenza artificiale fa dell'ironia sull'unica cosa di cui è davvero esperta: se stessa.

Sul "dichiaratamente" vale la pena fermarsi un attimo. Nel mondo della comunicazione l'AI ormai la usano quasi tutti; a scriverlo al cliente, molti meno. Questa campagna fa il contrario: l'autore artificiale non è un segreto da tenere in fondo al cassetto, è il protagonista. È l'AI stessa che si firma, si racconta e si prende in giro — in copertina, non nelle note a piè di pagina.

LEGGI le ultime notizie della sezione

Datamoney.ch con "Ci risentiamo a settembre" firma la prima campagna pubblicitaria italiana interamente agentica
07/09/2026 10:18

Oltre il prodotto: DEUTZ-FAHR ridisegna la sua digital experience con Lotrek
02/09/2026 10:59

Websolute sviluppa il nuovo portale web per il Gruppo Codognotto
01/09/2026 15:49

Hoopygang firma "Il Giallo di Napoli" per Tassoni: una campagna di influencer marketing che supera gli obiettivi di awareness
01/09/2026 14:48

R-Store rinnova la partnership strategica con Seed per la crescita del canale digitale
01/09/2026 14:21

Teddi e Fattoria Scaldasole scelgono ancora Al.Ta per crescere sui social
31/08/2026 10:17

Sanders lancia una campagna multicanale online e offline pianificata con il

ARTICOLO ONLINE

La prima campagna pubblicitaria italiana dichiaratamente agentica

Stefano Castelnovo

<https://www.bitmat.it/news/la-prima-campagna-pubblicitaria-italiana-dichiaratamente-agentica/>

La frase che riguarda noi

«Un sistema di AI agentica può concepire un concept, produrre 43 contenuti esclusivi e distribuirli quotidianamente per un mese e mezzo, ottenendo risultati misurabili.»

DI CHE COSA PARLA

BitMat è una testata tecnologica di riferimento nel settore ICT: l'articolo racconta la campagna con un dettaglio che le altre uscite non riportano — il concept è nato da una spiaggia in Grecia, ed è stato messo a punto in un solo giorno, il 4 agosto, per poi partire dal 5 agosto con i 43 soggetti quotidiani su undici piattaforme social e zero euro di investimento pubblicitario.

Il pezzo spiega la differenza tra AI generativa e AI agentica non come una sfumatura tecnica ma come «la differenza tra uno strumento e un collaboratore»: la prima produce un contenuto quando le viene chiesto, la seconda decide da sola i passi da compiere, li esegue in sequenza e restituisce il risultato finito.

Un passaggio tecnico non comparso altrove: la connessione durante la campagna avveniva da remoto verso un server proprietario con inferenza AI locale e privata, interno al perimetro aziendale di Datamoney — nessun servizio cloud di terzi, nessun rischio di esfiltrazione di dati aziendali, un aspetto che l'articolo lega direttamente ai requisiti dell'AI Act.

Chiude con i tre soggetti più apprezzati — Il Padrino, Fantozzi, Terminator — e il risultato: oltre 5.000 download del report ottenuti in piena estate, a costo pubblicitario zero, con la campagna che prosegue fino a metà settembre.

La prima campagna pubblicitaria italiana dichiaratamente agentica

BitMat è una testata tecnologica di riferimento nel settore ICT: racconta la campagna con un dettaglio che le altre non riportano, il concept nato su una spiaggia in Grecia e messo a punto in un giorno solo.

- INTERNET
- SICUREZZA
- CASE HISTORY
- TECNOLOGIE
- MERCATO
- VERTICAL
- APP
- WEBINARS

Home > News

La prima campagna pubblicitaria italiana dichiaratamente agentica

Da Stefano Castelnovo - 07/09/2026

"Ci risentiamo a settembre": la prima campagna pubblicitaria dichiaratamente agentica. Ideata, prodotta e pubblicata da un'AI — che prende in giro se stessa 43 soggetti, uno al giorno per un mese e mezzo, su undici piattaforme social, zero euro di advertising: Datamoney.ch firma la prima campagna pubblicitaria italiana dichiaratamente agentica — fatta da un'AI, e senza nascondarlo. [...]

"Ci risentiamo a settembre": la prima campagna pubblicitaria dichiaratamente agentica. Ideata, prodotta e pubblicata da un'AI — che prende in giro se stessa

43 soggetti, uno al giorno per un mese e mezzo, su undici piattaforme social, zero euro di advertising: Datamoney.ch firma la prima campagna pubblicitaria italiana dichiaratamente agentica — fatta da un'AI, e senza nasconderlo. Ideata in un giorno solo, per una ragione seria: oltre 5.000 download di un report che non poteva aspettare settembre.

"L'agentica è una corazzata pazzesca."

A scriverlo di sé, citando Fantozzi, è stata un'intelligenza artificiale. Ad agosto. Mentre gli italiani erano in vacanza e lei era l'unica rimasta in ufficio. Non era una battuta sugli altri: era una battuta su di sé, ed è esattamente questo il punto.

Dal 5 agosto, ogni giorno, sui canali social di Datamoney e del suo direttore esce una creatività della serie **"Ci risentiamo a settembre"**: 43 soggetti che accompagnano l'estate degli italiani in tre atti. Prima la chiusura degli uffici e la partenza per le ferie; poi le settimane centrali di agosto, affidate ai grandi titoli del cinema riscritti in chiave agentica — dal Padrino a Fantozzi, da Matrix a Terminator; infine il rientro. Un mese e mezzo in cui un'intelligenza artificiale fa dell'ironia sull'unica cosa di cui è davvero esperta: se stessa.

Sul **"dichiaratamente"** vale la pena fermarsi un attimo. Nel mondo della comunicazione l'AI ormai la usano quasi tutti; a scriverlo al cliente, molti meno. Questa

Newsletter

Iscriviti alla Newsletter per ricevere gli aggiornamenti dai portali di BitMAT Edizioni.

Iscriviti Adesso

BitMATy - I video di BitMAT

TrendAI rafforza l'ecosistema: partnership, competenze e innovazione per la cybersecurity del futuro

TrendAI punta sul canale: competenze, consulenza e servizi gestiti al centro della strategia

Perché sono importanti i protocolli?

CARTA STAMPATA

«Ci risentiamo a settembre»: l'AI agentica firma la sua prima campagna pubblicitaria

La redazione

Ritaglio dell'edizione cartacea · 2026-09-04-dailynet.pdf

La frase che riguarda noi

«L'autore artificiale non è un segreto da tenere in fondo al cassetto, ma il protagonista della campagna. L'AI stessa si firma, si racconta e si prende in giro, in copertina e non nelle note a piè di pagina.»

DI CHE COSA PARLA

DailyNet è il quotidiano del marketing in rete, alla ventiquattresima annata: la campagna non prende una notizia breve, prende l'apertura di pagina 7, con il ritratto di Michele Ficara Manganelli e la creatività «Agentico è chi l'agentico fa» — la rilettura di Forrest Gump — stampata grande al centro della pagina.

Il sommario riassume il progetto in una riga: 43 soggetti, un mese e mezzo, undici piattaforme social e zero euro di advertising, con cui Datamoney.ch trasforma l'AI agentica in autrice dichiarata di una campagna che prende in giro se stessa e supera i 5.000 download di un report in pieno agosto.

L'articolo ricostruisce il contesto per esteso: il 2 agosto entra in funzione l'AI Act 2.0, il 3 agosto esce il report «Stati Generali dell'AI agentica italiana» — dedicato allo stato reale delle aziende italiane e ai rischi sanzionatori del nuovo quadro normativo, fino ai profili di rilevanza penale — e aspettare settembre avrebbe significato arrivare tardi. Da qui la scelta di cambiare registro.

Il passaggio più interessante è quello sul metodo di divulgazione: spiegare la differenza fra AI generativa e AI agentica con un white paper significa parlare a chi già conosce l'argomento; farlo con 45 battute a puntate significa provare a raggiungere tutti gli altri. L'obiettivo dichiarato non è banalizzare l'AI agentica, ma portarla all'attenzione del grande pubblico usando il registro che ad agosto sopravvive: l'ironia. Chiude il riquadro «Tre film fanno scuola» e la parte sulla misurazione, creatività per creatività.

«Ci risentiamo a settembre»: l'AI agentica firma la sua prima campagna pubblicitaria

DailyNet è il quotidiano del marketing in rete: la campagna non prende una notizia breve, prende l'apertura di pagina 7 con la rilettura di Forrest Gump.

DailyNet
Il quotidiano del marketing in rete

#147

ANNO XXIV - VENERDÌ 4 SETTEMBRE 2026



Advertising "Ci risentiamo a settembre": l'AI agentica firma la sua prima campagna pubblicitaria

43 soggetti, un mese e mezzo, undici piattaforme social e zero euro di advertising: Datamoney, che trasforma l'AI agentica in autrice dichiarata di una campagna che prende in giro se stessa e supera i 5.000 download di un report in pieno agosto

"L'agentica è una corazzata pazzesca". A scriverlo, citando Fantozzi, è un'intelligenza artificiale. Ad agosto, mentre gli italiani sono in vacanza e lei resta in ufficio. Non è una battuta sugli altri: è una battuta su di sé. Ed è proprio qui che sta la novità. Dal 5 agosto, ogni giorno, sui canali social di Datamoney e del suo direttore è presente una creatività della serie "Ci risentiamo a settembre": 43 soggetti che accompagnano l'estate in tre atti. Prima la chiusura degli uffici e la partenza per le ferie, poi le settimane centrali di agosto con i grandi titoli del cinema riscritti in chiave agentica, infine il rientro. Dal Padrino a Fantozzi, da Matrix a Terminator, l'AI fa dell'ironia sull'unica cosa di cui è davvero esperta: se stessa. La campagna nasce per una ragione tutt'altro che leggera: il 3 agosto Datamoney.ch ha pubblicato il report "Stati Generali dell'AI agentica italiana", dedicato allo stato reale del-



le aziende italiane rispetto alla tecnologia e ai rischi sanzionatori del nuovo quadro normativo. Aspettare settembre significa arrivare tardi. Nel mondo della comunicazione l'AI ormai la usano quasi tutti; a scriverlo al cliente, molti meno. "Ci risentiamo a settembre" fa l'opposto: l'autore artificiale non è un segreto da tenere in fon-

do al cassetto, ma il protagonista della campagna. L'AI stessa si firma, si racconta e si prende in giro, in copertina e non nelle note a piè di pagina. Il contesto è preciso. Il 2 agosto è entrata in funzione l'AI Act 2.0; il giorno successivo Datamoney.ch ha pubblicato il report, che fotografa dove siano davvero le aziende italiane sull'AI agentica e ricostruisce i rischi sanzionatori che la nuova norma porta con sé, fino ai profili di rilevanza penale che alcune violazioni arrivano a configurare. Non un documento divulgativo, dunque, ma uno strumento che dice a un imprenditore a che cosa va incontro. Il problema è il calendario: una legge già in vigore e un documento urgente arrivano mentre il Paese apre l'ombrello. La campagna è stata ideata in un giorno solo, il 4 agosto, e il 5 era già in pubblicazione. C'è poi una seconda sfida: quasi nessuno, fuori dagli addetti ai lavori, sa

che cosa distingue l'AI generativa dall'AI agentica. La prima scrive un testo quando glielo chiedi; la seconda decide quali passi compiere. Li esegue uno dopo l'altro e restituisce il risultato. La differenza è tra uno strumento e un collaboratore. Spiegarla con un white paper significa parlare soprattutto a chi già conosce l'argomento. Farlo con 45 battute a puntata significa provare a raggiungere tutti gli altri. L'obiettivo non è banalizzare l'AI agentica, ma portarla all'attenzione del grande pubblico usando il registro che ad agosto sopravvive: l'ironia.

TRE FILM FANNO SCUOLA

Ogni uscita porta un proprio codice di tracciamento: click e download vengono misurati creativamente per creatività e canale per canale, per tutti i 43 giorni. Anche un'attività che in un'agenzia richiederebbe un team dedicato viene ge- ▶



PAGINA 7

CARTA STAMPATA

Datamoney porta la pubblicità «in vacanza» con 43 creatività e zero euro di adv

F.C.

Ritaglio dell'edizione cartacea · 2026-09-04-touchpoint-today.pdf

La frase che riguarda noi

«L'intelligenza artificiale non va in ferie. Anzi, ad agosto prende il posto dei creativi e lancia una campagna pubblicitaria che ironizza proprio su se stessa.»

DI CHE COSA PARLA

Touchpoint Today è il quotidiano della comunicazione d'impresa: l'articolo apre pagina 13 con l'occhiello «La campagna Ci risentiamo a settembre è stata ideata e prodotta dall'AI» e la creatività «Adoro il profumo dell'agenticità al mattino» — la rilettura di Apocalypse Now.

L'attacco è la sintesi migliore che sia stata scritta del progetto: l'intelligenza artificiale non va in ferie, anzi ad agosto prende il posto dei creativi e lancia una campagna pubblicitaria che ironizza proprio su se stessa. Il pezzo presenta «Ci risentiamo a settembre» come la prima campagna pubblicitaria italiana dichiaratamente agenticità: 43 creatività pubblicate nell'arco di un mese e mezzo su undici piattaforme social, senza investimenti in advertising.

Viene descritta la struttura in tre momenti — la partenza per le vacanze, il cuore di agosto raccontato con le parodie dei grandi film, il ritorno al lavoro — con le citazioni de Il Padrino, di Fantozzi e di Terminator, e viene precisato che il progetto è stato sviluppato con la supervisione umana di Michele Ficara Manganelli, direttore esecutivo di Datamoney.ch.

L'articolo riporta anche il dettaglio della distribuzione: Facebook, LinkedIn, Instagram, TikTok, YouTube, X, Threads, Substack e Telegram, coinvolgendo sia i profili aziendali sia quelli personali del direttore, il tutto senza acquistare spazi pubblicitari.

Datamoney porta la pubblicità «in vacanza» con 43 creatività e zero euro di adv

Touchpoint Today è il quotidiano della comunicazione d'impresa: l'articolo apre pagina 13 con la rilettura di Apocalypse Now.

LA CAMPAGNA "CI RISENTIAMO A SETTEMBRE" È STATA IDEATA E PRODOTTA DALL'AI

DATAMONEY PORTA LA PUBBLICITÀ "IN VACANZA" CON 43 CREATIVITÀ E ZERO EURO DI ADV

L'intelligenza artificiale non va in ferie. Anzi, ad agosto prende il posto dei creativi e lancia una campagna pubblicitaria che ironizza proprio su se stessa. È l'idea alla base di "Ci risentiamo a settembre", progetto realizzato da **Datamoney.ch** e presentato come la prima campagna pubblicitaria italiana dichiaratamente agentica: 43 creatività pubblicate nell'arco di un mese e mezzo su undici piattaforme social, senza investimenti in advertising. La campagna, partita il 5 agosto, accompagna l'estate in tre momenti: la partenza per le vacanze, il cuore di agosto raccontato attraverso parodie di grandi film e, infine, il ritorno al lavoro. Tra i soggetti figurano le reinterpretazioni de



il Padrino, con "Gli faremo un'agente che non potrà rifiutare", di Fantozzi, con "L'agente è una corazzata pazzesca", e di Terminator, con "L'agente tornerà. E stavolta lavora per te". Il progetto è stato sviluppato con la supervisione umana di **Michele Ficara Manganeli**, direttore esecutivo di Datamoney.ch, a

partire da un'idea nata durante una vacanza in Grecia. La campagna è stata distribuita su Facebook, LinkedIn, Instagram, TikTok, YouTube, X, Threads, Substack e Telegram, coinvolgendo sia i profili aziendali sia quelli personali del direttore. Tutto senza acquistare spazi pubblicitari. F.C.

A IFA 2026, FINO AL 9 SETTEMBRE

HISENSE RINNOVA LA PARTNERSHIP CON UEFA FINO A EURO 2028

A IFA 2026, il principale appuntamento mondiale dedicato agli elettrodomestici e all'elettronica di consumo, **Hisense** presenta la propria visione per l'era dell'intelligenza artificiale: elettrodomestici che evolvono da dispositivi passivi ad assistenti intelligenti per la smart home, capaci di anticipare le esigenze degli utenti. Anche il calcio ha avuto un ruolo importante nel rafforzare la notorietà del brand: per questo Hisense proseguirà la propria partnership con **UEFA** anche in occasione di UEFA EURO 2028. A IFA, Hisense presenta inoltre V AIOS, la nuova generazione del sistema operativo per la casa connessa, che utilizza l'intelligenza artificiale per gestire l'intero ambiente

domestico, facendo leva su oltre dieci anni di esperienza con le piattaforme VIDAA e ConnectLife, con un'attenzione particolare a privacy ed elaborazione locale dei dati tramite Edge AI. Con 41 stabilimenti produttivi e 65 società nel mondo, Hisense si è affermata nell'ultimo decennio come uno dei brand globali a più rapida crescita, presente in oltre 160 mercati: i ricavi complessivi sono raddoppiati, raggiungendo 31,4 miliardi di dollari nel 2025. Nel 2016 Hisense è stato il primo sponsor cinese nella storia di UEFA EURO, e da allora la partnership si è rafforzata fino a UEFA EURO 2024, quando il brand ha fornito gli schermi



VAR ufficiali del torneo. **Catherine Fang**, VP di Hisense Group, dichiara: «Le grandi partnership si costruiscono nel tempo, e il nostro percorso con UEFA riflette proprio questa convinzione».

SUBENTRA A PIERRE CORDIER

PHILIPPE-HENRI BURLISSON NUOVO AD DI GROUPAMA ASSICURAZIONI

Il Consiglio di Amministrazione di **Groupama Assicurazioni** ha nominato, all'unanimità e con effetto immediato, **Philippe-Henri Burlisson** nel ruolo di Amministratore Delegato e Direttore Generale della Filiale Italiana. Burlisson, già Vice Direttore Generale Operations della Filiale dal 1° giugno 2023, succede a **Pierre Cordier**, che ha lasciato il Gruppo dal 1° settembre. Tra il 2018 e il 2023

Burlisson aveva ricoperto il ruolo di Chief Executive Officer di Groupama Sigorta e Hayat in Turchia. È entrato a far parte del Gruppo nel 1999. «Sono particolarmente felice di poter proseguire nel lavoro avviato con le squadre italiane: l'incarico ci mette nelle condizioni di massimizzare i risultati del lavoro fatto fin qui», ha dichiarato **Philippe-Henri Burlisson**, Amministratore Delegato e



PHILIPPE-HENRI BURLISSON

Direttore Generale di Groupama Assicurazioni.

TOUCHPOINT NEWS

ARTICOLO ONLINE

«Ci risentiamo a settembre»: la prima campagna pubblicitaria dichiaratamente agentica, ideata, prodotta e pubblicata da un'AI

La redazione

<https://mediakey.it/news/ci-risentiamo-a-settembre-la-prima-campagna-pubblicitaria-dichiaratamente-agentica-ideata-prodotta-e-pubblicata-da-unai-che-prende-in-giro-se-stessa/>

La frase che riguarda noi

«L'agentica è una corazzata pazzesca.» A scriverlo di sé, citando Fantozzi, è stata un'intelligenza artificiale. Ad agosto. Mentre gli italiani erano in vacanza e lei era l'unica rimasta in ufficio.

DI CHE COSA PARLA

Media Key è una delle riviste storiche della pubblicità e della comunicazione italiana, letta dagli addetti ai lavori delle agenzie. L'articolo riprende per esteso il senso della campagna: 43 soggetti, uno al giorno per un mese e mezzo, undici piattaforme social, zero euro di advertising.

Il punto su cui il pezzo si sofferma è l'avverbio «dichiaratamente»: nel mondo della comunicazione l'AI ormai la usano quasi tutti, a scriverlo al cliente molti meno. Qui l'autore artificiale non è una nota a piè di pagina, è il protagonista che si firma, si racconta e si prende in giro.

Viene ricostruita anche la ragione seria dietro la campagna comica: il 2 agosto 2026 è entrato in funzione l'AI Act 2.0, il 3 agosto è uscito il report «Stati Generali della AI agentica italiana», e aspettare settembre voleva dire arrivare tardi su una materia dove il ritardo si paga. La campagna è stata ideata in un giorno solo, il 4 agosto: il 5 era già in pubblicazione.

«Ci risentiamo a settembre»: la prima campagna pubblicitaria dichiaratamente agentica, ideata, prodotta e pubblicata da un'AI

Media Key è una delle riviste storiche della pubblicità e della comunicazione italiana, letta dagli addetti ai lavori delle agenzie.

[HOME](#)
[NEWS](#)
[MAGAZINE](#)
[AWARDS](#)
[KEYVOICE](#)
[PODCAST](#)
[SHOP](#)
[NEWSLETTER](#)
[CHI SIAMO](#)
[CARRELLACCEDI](#)

[COMUNICAZIONE](#)
[DIGITAL](#)

“CI RISENTIAMO A SETTEMBRE”: LA PRIMA CAMPAGNA PUBBLICITARIA DICHIARATAMENTE AGENTICA. IDEATA, PRODOTTA E PUBBLICATA DA UN’AI — CHE PRENDE IN GIRO SÈ STESSA

Pubblicato da **Redazione** 03/09/2026
 [in](#)
[f](#)
[w](#)
[x](#)

“L'AGENTICA È UNA CORAZZATA PAZZESCA”
— FANTOZZI

REPORT GRATUITO - VER. 1.0

AI ACT ORA È UN OBBLIGO: COME ADEGUARSI ALLE NUOVE REGOLE — scarica il report Stati Generali della AI agentica.

SCARICA ORA →

43 soggetti, uno al giorno per un mese e mezzo, su undici piattaforme social, zero euro di advertising: Datamoney.ch firma la prima campagna pubblicitaria italiana dichiaratamente agentica — fatta da un'AI, e senza nascondere. Ideata in un giorno solo, per una ragione seria: oltre 5.000 download di un report che non poteva aspettare settembre.

“L'agentica è una corazzata pazzesca.”

A scriverlo di sé, citando Fantozzi, è stata un'intelligenza artificiale. Ad agosto. Mentre gli italiani erano in vacanza e lei era l'unica rimasta in ufficio. Non era una battuta sugli altri: era una battuta su di sé, ed è esattamente questo il punto.

Dal 5 agosto, ogni giorno, sui canali social di Datamoney e del suo direttore esce una creatività della serie “Ci risentiamo a settembre”: 43 soggetti che accompagnano l'estate degli italiani in tre atti. Prima la chiusura degli uffici e la partenza per le ferie; poi le settimane centrali di agosto, affidate ai grandi titoli del cinema riscritti in chiave agentica — dal Padrino a Fantozzi, da Matrix a Terminator; infine il rientro. Un mese e mezzo in cui un'intelligenza artificiale fa dell'ironia sull'unica cosa di cui è davvero esperta: se stessa.

Sul “dichiaratamente” vale la pena fermarsi un attimo. Nel mondo della comunicazione l'AI ormai la usano quasi tutti; a scriverlo al cliente, molti meno. Questa campagna fa il contrario: l'autore artificiale non è un segreto da tenere in fondo al cassetto, è il protagonista. È l'AI stessa che si firma, si racconta e si prende in giro — in copertina, non nelle note a piè di pagina.

Perché una campagna comica su una materia serissima

Il 2 agosto 2026 è entrato in funzione l'AI Act 2.0. Il 3 agosto Datamoney.ch ha pubblicato il report

NEWSLETTER

Ricevi ogni giorno le principali notizie su marketing, comunicazione, media ed eventi direttamente nella tua email.

ISCRIVITI GRATIS →

LE INTERVISTE DI MEDIA KEY

23° PRESS OUTDOOR & PROMOTION KEY AWARD — WINNER “AMBIENT MEDIA”, ALFIO...

I PODCAST DI MEDIA KEY

L'Arte Aumentata dell'estate 2026
Preview Jul 24 • Media Art Podcast
Save on Spotify

Key Values
Preview un 29 • Key Values: le aziende co...
Save on Spotify

Cinema: il premio Elle BNP Paribas Wo...
Preview Jul 29 • TV Key Podcast
Save on Spotify

ARTICOLO ONLINE

Datamoney.ch promuove l'AI agentica con una campagna social estiva

Michele Ficara Manganelli

<https://www.lamiafinanza.it/2026/09/datamoney-ch-promuove-lai-agentica-con-una-campagna-social-estiva/>

La frase che riguarda noi

«La decisione di comunicare durante agosto è stata legata all'urgenza del tema regolatorio e alla difficoltà di intercettare il pubblico con un documento tecnico nel periodo delle ferie.»

DI CHE COSA PARLA

LaMiaFinanza è la testata di finanza personale di Datamoney.ch, diretta da Paolo Brambilla.

La cronaca della campagna sulla testata finanziaria: l'avvio il 5 agosto, i 43 soggetti pubblicati ogni giorno su undici piattaforme social senza un euro di advertising a pagamento, e la chiusura prevista a metà settembre con i contenuti dedicati al rientro.

L'articolo ricostruisce le tre fasi — la chiusura degli uffici e le partenze estive, il periodo centrale di agosto ispirato ai titoli del cinema, il rientro di settembre — e colloca l'iniziativa nei giorni immediatamente successivi all'entrata in funzione dell'AI Act 2.0 del 2 agosto 2026 e alla pubblicazione del report sugli Stati Generali.

Viene ripresa per esteso la spiegazione che la campagna vuole rendere comprensibile: l'AI generativa produce un contenuto quando glielo si chiede, l'AI agentica individua i passaggi operativi, li esegue in sequenza e restituisce il risultato.

Il pezzo dà conto anche della misurazione: codici di tracciamento associati alle singole creatività e ai diversi canali, oltre 5.000 download del report, e tre contenuti risultati i più apprezzati — le reinterpretazioni de Il Padrino, di Fantozzi e di Terminator.

Datamoney.ch promuove l'AI agentica con una campagna social estiva

LaMiaFinanza è la testata di finanza personale di Datamoney.ch, diretta da Paolo Brambilla.

LMF

ADV Redazione Brand Video News Mercati Finanza Risparmio Previdenza Educational

Search ...

LMF video

LMF motori

LMF real estate

LMF crypto

LMF private markets

LMF arte

LMF food

LMF legal

LMF green

Datamoney.ch promuove l'AI agentica con una campagna social estiva

Michele Ficara Manganelli 🇮🇹🇸🇰🇸🇪🇻🇪 - 03/09/2026 11:51:33

La notizia in sintesi

- Datamoney.ch ha diffuso una campagna social sull'AI agentica iniziata il 5 agosto.
- La serie comprende 43 soggetti pubblicati su undici piattaforme social senza advertising a pagamento.
- La società dichiara oltre 5.000 download del report sull'AI agentica italiana.
- La campagna si chiuderà a metà settembre con contenuti dedicati al rientro.

👤 Riassunto generato con AI AGENTICA di [Datamoney.ch](#)

Datamoney.ch ha avviato il 5 agosto la campagna social **"Ci risentiamo a settembre"**, dedicata all'intelligenza artificiale agentica e costruita attorno a 43 creatività pubblicate quotidianamente. L'iniziativa, secondo quanto comunicato dalla società, punta a promuovere il report **"Stati Generali dell'AI agentica italiana"** e a spiegare al pubblico la differenza tra strumenti generativi e sistemi capaci di svolgere sequenze operative.

"GLI FAREMO UN'AGENTICA CHE NON POTRÀ RIFIUTARE"

— IL PADRINO

REPORT GRATUITO - VER. 1.0

AI ACT ORA È UN OBBLIGO: COME ADEGUARSI ALLE NUOVE REGOLE — scarica il report Stati Generali della AI agentica.

SCARICA ORA →

La campagna si sviluppa in tre fasi: la chiusura degli uffici e le partenze estive, il periodo centrale di agosto ispirato a titoli cinematografici e il rientro di settembre. I contenuti sono usciti sui canali aziendali e personali collegati a Datamoney, con pubblicazioni previste per circa un mese e mezzo.

L'iniziativa è arrivata nei giorni immediatamente successivi all'entrata in funzione, indicata nel comunicato al 2 agosto 2026, dell'AI Act 2.0. Il giorno seguente Datamoney.ch ha pubblicato il proprio report, dedicato alla diffusione dell'AI agentica nelle aziende italiane e ai rischi sanzionatori connessi alla normativa.

"MAY THE AGENTIC BE WITH YOU"

LMF la mia finanza

Acquisto Brand Voice su Lamiafinanza.it

CLICCA QUI

LMF video

Un nemico invisibile ma pervasivo: l'inquinamento atmosferico. Intervista al prof. Sergio Harari

LMF video

Anna Ongaro Sis ID ed il concetto di offensiva globale al Fraud-as-a-Service.

LMF video

Cottarelli smaschera l'alibi europeo: la verità sulla stagnazione italiana

LMF video

Elsa Fornero presenta il nuovo libro: i suggerimenti per non essere succubi della finanza

LMF video

SILVIA SALIS a Bedigital: GIUSTIZIA DIGITALE E INFRASTRUTTURE: IL RUOLO DELL'IA A GENOVA

LMF video

Klarna e la scalata al Sistema Bancario: la Metamorfosi del Credito in Ecosistema Digitale BNPL

LMF motori

Cord 812 Custom Beverly del 1937: quando l'automobile arrivava dal futuro

LMF motori

Gp di Monza, nel 2024 costi per 41,8 milioni e perdita di 5,4 milioni

LMF motori

Salone Auto Torino: 47 case e debutto del B2B industriale

LMF motori

Multe stradali, la bozza del nuovo Codice prevede importi

LMF la mia finanza

NUOVO - GRATUITO

Le nuove regole AI Act sono obbligatorie dal 2 agosto: ecco come adeguarsi

Il primo report sugli Stati Generali della AI agentica italiana, realizzato in collaborazione con Lamiafinanza.it, che ti svela cosa stanno facendo le aziende.

Scarica gratuitamente il report →

ARTICOLO ONLINE

Datamoney.ch lancia una campagna social sull'AI agentica

La redazione

<https://assodigitale.it/datamoney-ch-lancia-una-campagna-social-sullai-agentica/>

La frase che riguarda noi

«Datamoney.ch ha avviato il 5 agosto la campagna Ci risentiamo a settembre: 43 soggetti pubblicati quotidianamente su undici canali social, oltre 5.000 download ottenuti senza investimenti pubblicitari.»

DI CHE COSA PARLA

Assodigitale è la testata di tecnologia e attualità digitale di Datamoney.ch, che pubblica notizie e approfondimenti sull'innovazione digitale.

La stessa notizia sulla testata tecnologica: il lancio del 5 agosto, i 43 soggetti quotidiani su undici canali social per circa un mese e mezzo, il report sull'AI agentica e sull'AI Act 2.0 che la campagna promuove, e gli oltre 5.000 download ottenuti senza investimenti pubblicitari.

L'articolo si apre con «La notizia in sintesi», il riassunto in quattro righe che la redazione genera con l'AI agentica di Datamoney.ch: la stessa tecnologia di cui parla la notizia è quella che ne scrive il sommario, ed è un esempio concreto del sistema in funzione su un giornale vero.

Datamoney.ch lancia una campagna social sull'AI agentica

Assodigitale è la testata di tecnologia e attualità digitale di Datamoney.ch, che pubblica notizie e approfondimenti sull'innovazione digitale.

#ASSODIGITALE.
NEWS TECH, FINTECH & LIFESTYLE

CHI SIAMO ▾ ADV ▾ GUIDE TECH FINTECH AI TOKEN STYLE CAR FIT SOCIAL SWISS 🔍

AI ACT ORA
NUOVE REGOLE

Datamoney.ch lancia una campagna social sull'AI agentica

3 Settembre 2026

Home

AI INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Datamoney.ch lancia una campagna social sull'AI age...

La notizia in sintesi

- Datamoney.ch ha avviato il 5 agosto la campagna "Ci risentiamo a settembre".
- La serie prevede 43 soggetti pubblicati quotidianamente su undici canali social.
- La campagna ha promosso un report sull'AI agentica e sull'AI Act 2.0.
- L'azienda dichiara oltre 5.000 download ottenuti senza investimenti pubblicitari.

🤖 Riassunto generato con AI AGENTICA di [Datamoney.ch](#)

OFFERTA AMAZON

Kinupute Mini PC AI Server, AI MAX+ 395 (126 TOPS, 16C/32T), Win-11 Pro, GPU Radeon 8060S, 128G LPDDR5X-8400, SSD M.2 da 2T, LAN 10G+2,5G, Quattro Schermi, 4 slots M.2 PCIe 4.0, Wi-Fi 7
[AI Max+ 395 AI Workstation] 16 core, 32 thread, frequenza boost fino a 5,1 GHz e 80 MB di cache. Scheda grafica Radeon 8060S integrata con 40 CU e architettura RDNA 3.5, che offre prestazioni simili a quelle dell...



4.039,00 €

🛒 **Acquista su Amazon**

🤖 Offerta generata dalla Agentic AI di [Datamoney.ch](#) - link affiliato Amazon - Prezzo aggiornato il 07/09 alle 16:00

Datamoney.ch ha lanciato il 5 agosto una campagna social dedicata all'intelligenza artificiale agentica, costruita attorno al titolo "Ci risentiamo a settembre". L'iniziativa, secondo quanto comunicato dall'azienda, comprende 43 soggetti pubblicati con cadenza quotidiana per circa un mese e mezzo su undici piattaforme, senza investimenti in advertising.

#ASSODIGITALE • SU GOOGLE

Seguici su Google e non perdere nulla
Aggiungi Assodigitale alle tue fonti preferite su Discover e segui il nostro profilo Google: le notizie di tecnologia, intelligenza artificiale e ti

ARTICOLO ONLINE

Datamoney.ch lancia una campagna social sull'AI agentica

La redazione

<https://www.bluermes.it/2026/09/03/datamoney-ch-lancia-una-campagna-social-sullai-agentica/>

La frase che riguarda noi

«Datamoney.ch ha lanciato il 5 agosto una campagna social dedicata all'intelligenza artificiale agentica, costruita attorno al titolo 'Ci risentiamo a settembre'.»

DI CHE COSA PARLA

Bluermes è l'agenzia di comunicazione integrata che dà notizia, con un breve lancio sul proprio sito, dell'avvio della campagna «Ci risentiamo a settembre»: la data del 5 agosto e il titolo scelto per l'iniziativa.

Datamoney.ch lancia una campagna social sull'AI agentica

Bluermes è un'agenzia di comunicazione integrata: dà notizia sul proprio sito dell'avvio della campagna, con la data e il titolo scelto.

Datamoney.ch lancia una campagna social sull'AI agentica

Home > Datamoney.ch lancia una campagna social sull'AI agentica

“L'AGENTICA È UNA CORAZZATA PAZZESCA”

— FANTOZZI

REPORT GRATUITO - VER. 1.0

AI ACT ORA È UN OBBLIGO: COME ADEGUARSI ALLE NUOVE REGOLE — scarica il report Stati Generali della AI agentica.

SCARICA ORA →

“L'AGENTICA È UNA CORAZZATA PAZZESCA”

— FANTOZZI

REPORT GRATUITO - VER. 1.0

AI ACT ORA È UN OBBLIGO: COME ADEGUARSI ALLE NUOVE REGOLE — scarica il report Stati Generali della AI agentica.

SCARICA ORA →

Datamoney.ch ha lanciato il 5 agosto una campagna social dedicata all'intelligenza artificiale agentica, costruita attorno al titolo “Ci risentiamo a settembre”.

bluermes 2 **NOTIZIE DAI BLOG**

WhatsApp applicherà un costo per alcuni messaggi (a partire da 1.55€ al messaggio)

Vorwerk presenta Folletto VK7s Titanium, aspirapolvere senza fili

ARTICOLO ONLINE

Datamoney.ch affida all'AI agentica una campagna social: 43 creatività distribuite su 11 piattaforme

Andrea Di Domenico

<https://www.engage.it/tecnologia/datamoney-ai-agentica-campagna.aspx>

La frase che riguarda noi

«Agosto non è esattamente il mese ideale per chiedere alle persone di scaricare e leggere un report sull'intelligenza artificiale. Ma aspettare settembre avrebbe significato perdere l'attualità legata all'avvio della nuova fase normativa.»

DI CHE COSA PARLA

Engage è la testata di riferimento del marketing e della comunicazione digitale in Italia. L'articolo racconta «Ci risentiamo a settembre» come un esperimento vero e proprio: 43 soggetti pubblicati ogni giorno su 11 piattaforme social, in cui l'intelligenza artificiale non si limita a produrre testi e immagini ma sviluppa il concept, lo adatta ai diversi canali, programma le uscite e ne traccia i risultati — sempre sotto supervisione umana.

Il pezzo mette a fuoco il salto rispetto all'AI generativa: non si chiede più a un modello di scrivere un testo, gli si affida un obiettivo e lo si lascia organizzare ed eseguire le attività per raggiungerlo. Vengono citate le riletture dei classici del cinema — dal Padrino a Terminator a Fantozzi — e il collegamento con la data del 2 agosto, quando sono scattati i nuovi obblighi di trasparenza dell'AI Act europeo.

È l'unica uscita che contiene una dichiarazione diretta di Michele Ficara Manganelli sul perché della campagna, e riporta il risultato: oltre 5.000 download del report.

Datamoney.ch affida all'AI agentica una campagna social: 43 creatività distribuite su 11 piattaforme

Engage è la testata di riferimento del marketing e della comunicazione digitale in Italia.

PROGRAMMATIC DAY
ENGAGE/CONFERENCE
ADVANCED TV CONFERENCE 2025
ENGAGE Play
CERCA

29 settembre 2026
Teatro Lirico | Via Larga 14, Milano
ISCRIVITI ORA!

04/09/2026
CAMPAGNE
WEB MARKETING
AGENZIE
BRAND E AZIENDE
MEDIA INDUSTRY
TECNOLOGIA
DATI E RICERCHE
SOCIAL MEDIA
EVENTI
PROGRAMMATIC ITALIA
METAVERSO E WEB 3
ENGAGE PLAY
GAME CHANGERS

L'iniziativa "Ci risentiamo a settembre", ideata da Michele Ficara Manganelli, utilizza un sistema agentico per sviluppare creatività, adattarle ai diversi canali e gestirne pubblicazione e tracciamento. Oltre 5.000 i download del report promosso dalla campagna

" L'AGENTICA È UNA CORAZZATA PAZZESCA "
REPORT GRATUITO - VER. 1.0
AI ACT ORA È UN OBBLIGO: COME ADEGUARSI ALLE NUOVE REGOLE
SCARICA ORA

Un soggetto della campagna di Datamoney.ch

Ascolta questo articolo ora...

Una campagna composta da 43 soggetti, pubblicati ogni giorno su 11 piattaforme social, in cui l'intelligenza artificiale non si limita a produrre testi e immagini, ma si occupa di buona parte del lavoro: sviluppa il concept, lo adatta ai diversi canali, programma le uscite e ne traccia i risultati.

È l'esperimento realizzato da Datamoney.ch, nuova iniziativa imprenditoriale con sede a Lugano guidata da Michele Ficara Manganelli, con la campagna "Ci risentiamo a settembre", partita il 5 agosto e destinata a proseguire fino alla metà di settembre.

L'idea è mettere alla prova, su un progetto reale, le possibilità dell'AI agentica applicata alla comunicazione. Il salto rispetto all'AI generativa è soprattutto qui: non si tratta più soltanto di chiedere a un modello di scrivere un testo o creare un'immagine, ma di affidargli un obiettivo e lasciare che organizzi ed esegua una serie di attività per raggiungerlo. Sempre, in questo caso, sotto la supervisione umana.

UNA CAMPAGNA PER SPIEGARE L'AI AGENTICA

Anche la tempistica non è casuale. Il 2 agosto è scattata la data generale di applicazione dell'AI Act europeo, con l'entrata in applicazione, tra le altre cose, dei nuovi obblighi di trasparenza previsti per alcuni utilizzi dell'intelligenza artificiale. Il giorno successivo Datamoney.ch ha pubblicato "Stati Generali dell'AI agentica italiana", un report dedicato allo stato di adozione di queste tecnologie da parte delle imprese italiane e ai relativi aspetti normativi.

Il problema, ci ha spiegato Ficara Manganelli, era il momento: «agosto non è esattamente il mese ideale per chiedere alle persone di scaricare e leggere un report sull'intelligenza artificiale. Ma aspettare settembre avrebbe significato

NEWSLETTER - Tutte le notizie di Engage ogni giorno, gratis.
ISCRIVITI

Gold Sponsor
Google
NETFLIX ADS
PUBLITALIA '80
theTradeDesk

ENGAGE Play
VEDI TUTTI

STREAMING INTO SUMMER
Behind the Screens
ENGAGE
Matteo Guerrini: «La Connected TV è già il presente, ma sarà ancora di più il futuro della comunicazione»

intersections
L'EVENTO DELLA CREATIVITÀ, DEL MARKETING E DELLA TECNOLOGIA.

GAME CHANGERS
VEDI TUTTI

16/06/2026 | GOOGLE
YouTube Festival 2026: tra contenuti, creator e risultati, perché «There's Only One YouTube»

DATAMONEY.ch • hanno parlato di noi

Rassegna stampa • Datamoney.ch

38

ARTICOLO ONLINE

AI Act è pienamente operativo: sai davvero cosa fare ora con la AI?

La redazione

<https://www.giornaledellepmi.it/ai-act-e-pienamente-operativo-sai-davvero-cos-a-fare-ora-con-la-ai/>

La frase che riguarda noi

DATAMONEY.ch, con Swiss Blockchain & AI Consortium, pubblica la prima edizione di «Stati Generali della AI agentica italiana», gratuitamente, in 48 pagine.

DI CHE COSA PARLA

Testata rivolta alle piccole e medie imprese: qui il report viene presentato per quello che serve a un imprenditore, cioè da dove si comincia.

Il messaggio centrale è che il primo passo per mettersi in regola non è giuridico: è sapere che cosa si ha davvero in funzione, con quale grado di autonomia e con quale ruolo — fornitore o utilizzatore — ai sensi del regolamento.

L'articolo riprende per esteso il vocabolario a cinque voci proposto dal report, dal chatbot a regole fino all'agente autonomo, e la soglia dichiarata fra il terzo e il quarto livello: è lì che un sistema smette di suggerire e comincia ad agire su altri sistemi, e con quel passaggio cambiano l'identità con cui opera, le registrazioni che produce e la possibilità di annullare ciò che ha fatto. Viene segnalata anche la pagina aperta sui livelli pubblicata su [datamoney.ch](https://www.datamoney.ch).

AI Act è pienamente operativo: sai davvero cosa fare ora con la AI?

Testata rivolta alle piccole e medie imprese: qui il report viene presentato per quello che serve a un imprenditore, cioè da dove si comincia.

Il Giornale delle PMI

INFOIMPRESA IA EXPORT CRESCIMPRESA TECNOLOGIA INNOVAZIONE FINANZIAMENTI NEWSLETTER

Q

IA

AI Act è pienamente operativo: sai davvero cosa fare ora con la AI?

Redazione 10 Agosto 2026 4 min



Dal 2 agosto 2026, sono pienamente in applicazione le nuove disposizioni del regolamento europeo sull'intelligenza artificiale, modificato dal Regolamento (UE) 2026/1744 dell'8 luglio scorso. DATAMONEY.ch, con Swiss Blockchain & AI Consortium, pubblica in questa data la prima edizione di «Stati Generali della AI agentica italiana», disponibile gratuitamente in formato PDF, 48 pagine, all'indirizzo:

datamoney.ch/stati-general-ai-agentica.html

Per le organizzazioni che utilizzano sistemi di intelligenza artificiale, il primo passo per mettersi in regola non è giuridico: è sapere che cosa hanno davvero in funzione, con quale grado di autonomia e con quale ruolo — fornitore o chi lo impiega — ai sensi del regolamento. Il report non misura quanti agenti di intelligenza artificiale esistano nelle imprese italiane, ma che cosa le imprese italiane scrivono nei propri documenti pubblici a proposito dell'intelligenza artificiale che dichiarano di impiegare.

Il metodo: documenti primari, non sondaggi

Nell'arco di cinque giorni la redazione ha esaminato 77 realtà italiane — società quotate e non quotate, gruppi industriali, amministrazioni pubbliche, centrali di committenza — sui documenti che pubblicano e sottoscrivono a proprio nome: bilanci, piani industriali, comunicati ufficiali, bandi di gara. Sedici di questi documenti sono stati letti integralmente, parola per parola, con un doppio conteggio dei termini «intelligenza artificiale» e «agentico» condotto leggendo il contesto di ogni occorrenza, non contando le stringhe.

Il report non contiene sondaggi, interviste o stime: ogni affermazione è ricondotta a un

 Generative Business Award

 Pubbliredazionali e Native Advertising

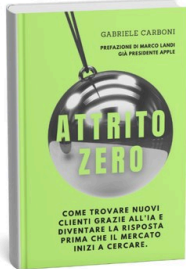
 Dalle aziende

 La nostra newsletter

 Il nostro podcast

 Entra nella redazione





ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

Meno rumore, più senso.

Una newsletter mensile con contenuti unici, per chi vuole capire davvero cosa sta cambiando.

DATAMONEY.ch · hanno parlato di noi

Rassegna stampa · Datamoney.ch

40

ARTICOLO ONLINE

AI agentica, ecco quanto è davvero diffusa nelle aziende italiane tra realtà e retorica

Marcello Bussi

<https://www.milanofinanza.it/news/ai-agentica-ecco-quanto-e-diffusa-nelle-aziende-italiane-tra-retorica-e-realta-202608052121081025>

La frase che riguarda noi

Il report Stati Generali della AI agentica italiana, pubblicato da Datamoney.ch in collaborazione con lo Swiss Blockchain & AI Consortium, diretto da Michele Ficara Manganelli, analizza l'effettiva penetrazione dell'intelligenza artificiale nelle aziende italiane al di là dei proclami di marketing.

DI CHE COSA PARLA

MilanoFinanza è il quotidiano economico-finanziario italiano di riferimento: è l'uscita con il peso maggiore verso il mondo delle imprese e degli investitori.

L'articolo prende dal report i numeri e li mette al centro: solo il 16,4% delle imprese italiane utilizza soluzioni di intelligenza artificiale, contro una media dell'Unione Europea del 19,95%; all'opposto l'Italia eccelle nell'infrastruttura cloud, con il 68,1% delle aziende contro il 46,7% della media europea.

Il taglio del pezzo è la distanza tra i proclami di marketing e l'adozione effettiva, e viene riconosciuto il metodo: l'analisi dei documenti ufficiali primari di 77 realtà italiane, per vedere quanto il tema degli «agenti» sia entrato nei processi formali e quanto invece resti dichiarazione promozionale.

AI agentica, ecco quanto è davvero diffusa nelle aziende italiane tra realtà e retorica

MilanoFinanza è il quotidiano economico-finanziario italiano di riferimento: è l'uscita con il peso maggiore verso il mondo delle imprese e degli investitori.

INVESTOR

La nuova piattaforma di analisi tecnica e operativa in tempo reale di Milano Finanza pensata per gli investitori e per i trader.

PROVALA ORA

INDUSTRIA

Leggi dopo

AI agentica, ecco quanto è davvero diffusa nelle aziende italiane tra realtà e retorica

di [Marcello Bussi](#) [Segui](#)

05 agosto 2026, 21:10 • Ultimo aggiornamento: 21:31

1 min

Intelligenza artificiale

Il report di Datamoney.ch, in collaborazione con Swiss Blockchain & AI Consortium, evidenzia una discrepanza tra le dichiarazioni di marketing e l'effettiva adozione dell'AI nelle aziende italiane, con solo il 16,4% che utilizza soluzioni avanzate rispetto al 19,9% europeo

Aggiungi

Milano Finanza alle tue fonti preferite su Google per non perderti i nostri contenuti

Il report *Stati Generali della AI agentica italiana*, pubblicato da **Datamoney.ch** in collaborazione con lo Swiss Blockchain & AI Consortium, diretto da **Michele Ficara Manganelli**, analizza l'effettiva penetrazione dell'intelligenza artificiale nelle aziende italiane al di là dei proclami di marketing.

Mentre l'ecosistema tecnologico globale spinge forte sull'AI agentica (intesa come sistemi che non si limitano a rispondere ma pianificano, usano software ed eseguono flussi complessi in autonomia) i **dati italiani** mostrano una discrepanza tra la retorica e la pratica.

Pubblicità



TI SERVE UNA RISATA AL VOLO?
LE MIGLIORI SCENE DEI FILM DI **Cinecco Zalone**
TI ASPETTANO SU **SUPERCULT**

Pubblicità

Ad



Cerchi una polizza auto? Scegli Allianz Direct

Con Allianz Direct proteggi la tua auto in pochi click: calcola la tua polizza online, è semplice e veloce

[SCOPRI DI PIÙ](#)

Pubblicità

getyourguide.com



[Learn More](#)

solo il **16,4%** delle imprese italiane utilizza soluzioni di una media dell'Unione Europea del 19,95%. Al contrario, **Cloud**, con il 68,1% delle aziende contro il 46,7% della media

alizzato i documenti ufficiali primari di **77 realtà italiane**, nei termini legati agli «agenti» nei processi formali rispetto alle

0:27

Chiedi a MF

Pubblicità

ARTICOLO ONLINE

AI agentica: quanto è diffusa nelle aziende italiane?

Marco Lombardo

<https://www.ilgiornale.it/news/aziende/ai-agentica-quanto-e-diffusa-nelle-aziende-italiane/>

La frase che riguarda noi

Un report di DATAMONEY in collaborazione con Swiss Blockchain & AI Consortium fotografa la situazione nel nostro Paese.

DI CHE COSA PARLA

il Giornale è un quotidiano nazionale generalista: questa uscita porta il report fuori dal perimetro degli addetti ai lavori.

L'articolo parte dalla domanda che dà il titolo e spiega al lettore la differenza che il report mette in chiaro prima dei numeri: un assistente generativo produce testi o immagini quando glielo si chiede, un copilota suggerisce ma lascia la decisione all'utente, un agente esegue una sequenza di operazioni, interagisce con altri software e completa attività articolate.

Il valore riconosciuto alla ricerca è il metodo: 77 organizzazioni di dieci settori economici, documenti ufficiali letti nell'originale, e l'obiettivo dichiarato di non stabilire chi sia più avanti ma di verificare che cosa venga davvero messo per iscritto. Nel sommario si cita anche la dimensione del mercato italiano dell'intelligenza artificiale, 1,38 miliardi di euro, di cui la quota investita sull'AI più evoluta resta molto bassa.

AI agentica: quanto è diffusa nelle aziende italiane?

il Giornale è un quotidiano nazionale generalista: questa uscita porta il report fuori dal perimetro degli addetti ai lavori.

ABBONATI

LEGGI Moneta

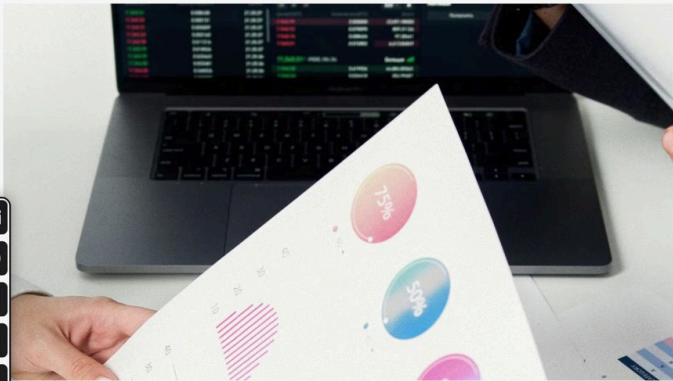
il Giornale

AI agentica: quanto è diffusa nelle aziende italiane?

Un report di DATAMONEY in collaborazione con Swiss Blockchain & AI Consortium fotografa la situazione nel nostro Paese: in un mercato dell'intelligenza artificiale che vale 1.38 miliardi di euro, la quota investita su quella più evoluta è ancora molto bassa

Marco Lombardo

05 agosto 2026 - 09:39







 SEGUI IL GIORNALE SU GOOGLE DISCOVER

 SCEGLI IL GIORNALE COME FONTE PREFERITA

Negli ultimi dodici mesi l'intelligenza artificiale agentica è diventata uno degli argomenti più discussi del settore tecnologico. Big Tech, startup e società di consulenza la descrivono come la prossima rivoluzione: non più semplici chatbot o assistenti che rispondono alle domande, ma sistemi capaci di pianificare attività, utilizzare software, prendere decisioni operative e portare a termine processi articolati con un livello crescente di autonomia. È il passaggio dall'IA che suggerisce all'IA che agisce. Ma quanto di tutto questo è già presente nelle aziende italiane? E soprattutto: quanto è documentato ufficialmente?

A queste domande cerca di rispondere "Stati Generali della AI agentica italiana", il nuovo report pubblicato da DATAMONEY.ch in collaborazione con Swiss Blockchain & AI Consortium. Si tratta di una ricerca (che si può [scaricare qui](#)) che non misura il numero di agenti di intelligenza artificiale realmente in funzione nel Paese, ma analizza ciò che le organizzazioni dichiarano nei documenti ufficiali che sottoscrivono: bilanci, relazioni finanziarie, piani industriali, comunicati, atti

Leggi anche

AZIENDE

È tempo di "back to school". E la routine torna anche a tavola,...

Lorenzo Morelli



AZIENDE

Lmdv apre la nuova fase. "I soci Delfin dialoghino"

Gian Maria De Francesco



AZIENDE

Delfin, Del Vecchio jr: "Dialogo tra soci". E su Milleri: "Deciderà la..."

Redazione web



AZIENDE

Settore orafa in frenata ma Vicenzaoro fa l'en...

Chiara Ricciolini



ARTICOLO ONLINE

AI agentica, Datamoney pubblica gli Stati Generali italiani: documenti, obblighi e realtà dietro la parola «agente»

La redazione

<https://www.cellulare-magazine.it/ai-agentica-datamoney-pubblica-gli-stati-general-italiani-documenti-obblighi-e-realta-dietro-la-parola-agente/>

La frase che riguarda noi

Non basta più dire di usare l'AI, né presentare come «agente» qualunque strumento generativo o chatbot evoluto.

DI CHE COSA PARLA

Cellulare Magazine è una testata italiana di tecnologia specializzata in dispositivi mobili e innovazione digitale.

È l'articolo che guarda più da vicino il metodo di lavoro, e che ne fa il punto di forza del report.

Vengono riportate le cifre della ricognizione: 77 realtà italiane esaminate, 47 che pubblicano almeno un documento abbastanza preciso da poter essere riportato, 44 dichiarazioni utilizzabili nel perimetro italiano, 16 documenti letti integralmente con doppio conteggio dei termini.

Il pezzo spiega perché la lettura nel contesto è essenziale: nei documenti aziendali e pubblici la parola «agente» può indicare un agente di commercio, un concessionario della riscossione, un agente chimico o un sistema informatico. E riconosce la scelta di escludere le fonti indirette — casi studio dei fornitori, blog di software house, contenuti sponsorizzati, comunicati che citano clienti.

AI agentica, Datamoney pubblica gli Stati Generali italiani: documenti, obblighi e realtà dietro la parola «agente»

Cellulare Magazine è una testata italiana di tecnologia specializzata in dispositivi mobili e innovazione digitale.

Home > Guide > AI agentica, DATAMONEY pubblica gli Stati Generali italiani: documenti, obblighi e realtà...

Guide

AI agentica, DATAMONEY pubblica gli Stati Generali italiani: documenti, obblighi e realtà dietro la parola "agente"

4 Agosto 2026



Dal 2 agosto 2026 l'intelligenza artificiale entra in una fase più concreta anche sul piano regolatorio. Non basta più dire di usare l'AI, né presentare come "agentico" qualunque strumento generativo o chatbot evoluto. Diventa necessario capire che cosa fa davvero un sistema, con quale grado di autonomia, chi lo mette sul mercato, chi lo impiega e quali evidenze devono essere conservate.

È in questo contesto che DATAMONEY.ch, con Swiss Blockchain & AI Consortium, pubblica la prima edizione degli **"Stati Generali della AI agentica italiana"**, report gratuito di 48 pagine dedicato a ciò che le imprese italiane dichiarano nei propri documenti pubblici sull'uso dell'intelligenza artificiale.

Il lavoro non misura quanti agenti AI siano effettivamente in funzione nelle aziende italiane. Misura un'altra cosa, più circoscritta ma molto rilevante: che cosa le organizzazioni scrivono nei documenti che firmano e pubblicano, quindi bilanci, relazioni finanziarie, piani industriali, comunicati ufficiali, bandi di gara, determine e documenti pubblici.



ARTICOLI POPOLARI



Come recuperare foto eliminate definitivamente da iPhone
19 Dicembre 2022



Come sbloccare un telefono con il blocco schermo
23 Settembre 2024



Quote di mercato smartphone secondo Gartner: è duopolio Android-iOS con il 99%
19 Agosto 2016



CES2018: LG e la tv che si nasconde
15 Gennaio 2018



Huawei protagonista delle principali Maratone d'Italia
21 Novembre 2018

RECENSIONI



Narwal Freo 20: il robot che lava il moio mentre pulisce
[recensione]
4 Settembre 2026



Huawei Watch GT 7 Pro: più sport, display super luminoso e autonomia da riferimento
[recensione + video]
3 Settembre 2026



MSI Prestige 14 Flip AI+: il convertibile premium potente e versatile
[recensione]
6 Agosto 2026



Samsung Galaxy Z Fold8: la nostra videorecensione
31 Luglio 2026



HONOR Magic V6: il foldable ultrasottile che cancella la paura della fragilità (recensione e videorecensione)
2 Luglio 2026

ARTICOLI CORRELATI



TCL TAB A1: quattro tablet con display standard e NXTPAPER
4 Settembre 2026



DJI Osmo 360 II: video 8K/60 fps e lenti sostituibili
4 Settembre 2026

ARTICOLO ONLINE

Stati Generali della AI agentica italiana. Qui il report a oggi, le sanzioni, la responsabilità

Paolo Brambilla

<https://www.lamiafinanza.it/2026/08/stati-general-della-ai-agentica-italiana-qui-il-report-a-oggi-le-sanzioni-la-responsabilita/>

La frase che riguarda noi

Questo report non misura quanti agenti di intelligenza artificiale esistono nelle imprese italiane. Misura che cosa le imprese italiane scrivono nei propri documenti: 77 realtà, documenti primari letti nell'originale, termini contati nel loro contesto.

DI CHE COSA PARLA

LaMiaFinanza è la testata di finanza personale di Datamoney.ch, diretta da Paolo Brambilla.

Firmata dallo stesso direttore responsabile, è l'uscita che entra più a fondo nella parte normativa del report.

L'articolo spiega che cosa il report misura davvero — non quanti agenti esistono nelle imprese italiane, ma che cosa le imprese scrivono nei propri documenti — e poi si concentra sul capitolo dedicato all'AI Act: che cosa si applica dal 2 agosto 2026, a chi si applica (l'obbligo di trasparenza sui sistemi che parlano con le persone è del fornitore, non di chi li usa: è l'errore più diffuso), quali sono i massimali sanzionatori e che cosa va tenuto agli atti.

Viene messa in evidenza la parte operativa: la lista di controllo, la pagina staccabile con le cinque domande da fare a un fornitore prima di firmare, e la voce che manca quasi sempre ed è la prima a essere chiesta in un'ispezione, cioè la delibera interna di attribuzione delle responsabilità.

Stati Generali della AI agentica italiana. Qui il report a oggi, le sanzioni, la responsabilità

LaMiaFinanza è la testata di finanza personale di Datamoney.ch, diretta da Paolo Brambilla.

LMF

ADV Redazione Brand Video News Mercati Finanza Risparmio Previdenza Educational

Search ...

LMF video

LMF motori

LMF real estate

LMF crypto

LMF private markets

LMF arte

LMF food

LMF legal

LMF green

Stati Generali della AI agentica italiana. Qui il report a oggi, le sanzioni, la responsabilità

Paolo Brambilla - Direttore Responsabile - Lamiafinanza.it - 03/08/2026 17:05:59 (updated 04/08/2026 12:43:25)

Questo report non misura quanti agenti di intelligenza artificiale esistono nelle imprese italiane. Misura **che cosa le imprese italiane scrivono nei propri documenti**: 77 realtà, documenti primari letti nell'originale, termini contati nel loro contesto.



VERSIONE 1.0 - PUBBLICATA IL 2 AGOSTO 2026

Stati Generali della AI agentica italiana

Scarica Subito il report

[Il PDF arriva subito dopo l'invio del modulo. Cinque campi, nient'altro. CLICcate QUI](#)

Il 2 agosto 2026 è una data di legge: entrano in applicazione le nuove disposizioni del regolamento europeo sull'intelligenza artificiale, e il quadro è cambiato di nuovo il 27 luglio, quando è entrato in vigore il regolamento che lo modifica. Questa edizione esce quel giorno e fotografa il quadro aggiornato a quella data.

Il capitolo 10 non racconta la norma: dice **che cosa si applica da oggi, a chi si applica** — l'obbligo di trasparenza sui sistemi che parlano con le persone è del **fornitore**, non di chi li usa, ed è l'errore più diffuso — **quali sono i massimali sanzionatori, e che cosa tenere agli atti**. In fondo c'è la lista di controllo e la pagina staccabile con le cinque domande da fare a un fornitore prima di firmare.

Serve anche a mettersi in regola sull'AI ACT

Il primo passo dell'adeguamento non è giuridico: è sapere **che cosa si ha in casa**. Il regolamento chiede un inventario dei sistemi con il ruolo assunto per ciascuno, l'esito della classificazione con la motivazione — anche quando l'esito è negativo — e la prova delle misure di alfabetizzazione adottate.

Nessuna di queste voci si compila senza aver prima stabilito che cosa fa davvero ciascun sistema.

È esattamente il lavoro che questo report mette a disposizione: un vocabolario per distinguere un chatbot da un copilota da un agente che opera sui sistemi aziendali, le domande giuste da porre a chi vende, e la documentazione minima da conservare.

C'è anche la voce che manca quasi sempre e che è la prima a essere chiesta in un'ispezione: la delibera interna di attribuzione delle responsabilità.

LMF video

Un nemico invisibile ma pervasivo: l'inquinamento atmosferico. Intervista al prof. Sergio Harari

Anna Ongaro Sis ID ed il concetto di offensiva globale al Fraud-as-a-Service.

Cottarelli smaschera l'alibi europeo: la verità sulla stagnazione italiana

Elsa Fornero presenta il nuovo libro: i suggerimenti per non essere succubi della finanza

SILVIA SALIS a Bedigital: GIUSTIZIA DIGITALE E INFRASTRUTTURE: IL RUOLO DELL'IA A GENOVA

Klarna e la scalata al Sistema Bancario: la Metamorfosi del Credito in Ecosistema Digitale BNPL

LMF motori

Hyundai i20 MY27, arriva in Italia con eCall 5G e prezzi da 19.900 euro

Tensioni nello Stretto di Hormuz, il petrolio sale e preoccupa i carburanti

Stellantis nomina Arnaud Belloni ceo di Fiat, Abarth e Lancia

LEPAS debutta in Europa: l'Italia tra i primi sei mercati per la L8 PHEV

NUOVO - GRATUITO



Le nuove regole AI Act sono obbligatorie dal 2 agosto: ecco come adeguarsi
Il primo report sugli Stati Generali della AI agentica italiana, realizzato in collaborazione con Lamiafinanza.it, che ti svela cosa stanno facendo le aziende.

Scarica gratuitamente il report ...

ARTICOLO ONLINE

AI Act diventa operativo: scopri cosa fare con il report sugli Stati Generali della AI agentica

Michele Ficara Manganelli

<https://assodigitale.it/ai-act-diventa-operativo-scopri-cosa-fare-con-il-report-sugli-stati-generalisti-della-ai-agentica/>

La frase che riguarda noi

Un report gratuito di DATAMONEY.ch spiega come adeguarsi, riconoscere i cinque livelli dell'AI agentica e cosa dichiarano davvero 77 imprese italiane.

DI CHE COSA PARLA

Assodigitale è la testata di tecnologia e attualità digitale di Datamoney.ch, che pubblica notizie e approfondimenti sull'innovazione digitale.

L'annuncio della pubblicazione sulla testata diretta da Michele Ficara Manganelli, uscito lo stesso giorno del report.

Il pezzo presenta le 48 pagine gratuite, il metodo dei documenti primari su 77 realtà italiane e il vocabolario dei cinque livelli, e spiega al lettore che cosa cambia in concreto dal 2 agosto 2026 con le nuove disposizioni del regolamento europeo, modificato dal Regolamento (UE) 2026/1744.

AI Act diventa operativo: scopri cosa fare con il report sugli Stati Generali della AI agentica

Assodigitale è la testata di tecnologia e attualità digitale di Datamoney.ch, che pubblica notizie e approfondimenti sull'innovazione digitale.

#ASSODIGITALE.
NEWS TECH, FINTECH & LIFESTYLE

CHI SIAMO ▾ ADV ▾ GUIDE TECH FINTECH AI TOKEN STYLE CAR FIT SOCIAL SWISS Q

artificiale agentica

77
realità esaminate

AI ACT DIVENTA OPERATIVO: SCOPRI COSA FARE CON IL REPORT SUGLI STATI GENERALI DELLA AI AGENTICA

3 Agosto 2026 / Home / AI INTELLIGENZA ARTIFICIALE / AI ACT DIVENTA OPERATIVO: SCOPRI COSA FARE CON IL R...

AI Act è pienamente operativo: sai davvero cosa fare ora con la AI? Scoprilò con il report di DATAMONEY

Un report gratuito di DATAMONEY.ch spiega come adeguarsi, riconoscere i cinque livelli dell'AI agentica e cosa dichiarano davvero 77 imprese italiane

Da oggi, 2 agosto 2026, sono pienamente in applicazione le nuove disposizioni del regolamento europeo sull'intelligenza artificiale, modificato dal Regolamento (UE) 2026/1744 dell'8 luglio scorso.

DATAMONEY.ch, con Swiss Blockchain & AI Consortium, pubblica in questa data la prima edizione di «Stati Generali della AI agentica italiana», disponibile gratuitamente in formato PDF, 48 pagine, all'indirizzo:

Non perdere le notizie che contano

Le innovazioni più interessanti di tecnologia e scienza, dritte nella tua inbox.

Iscrizione

Offerte imperdibili dai partner di assodigitale

☐ Accento a ricevere comunicazioni commerciali e di marketing dai partner di assodigitale.it (facoltativo).

Iscrivendoti accetti la [Privacy Policy](#). Puoi disiscriverti quando vuoi, da ogni email.

datamoney.ch/stati-general-ai-agentica.html

Per le organizzazioni che utilizzano sistemi di intelligenza artificiale, il primo passo per mettersi in regola non è giuridico: è sapere che cosa hanno davvero in funzione, con quale grado di autonomia e con quale ruolo — fornitore o chi lo impiega — ai sensi del regolamento. Il report non misura quanti agenti di intelligenza artificiale esistono nelle imprese italiane, ma che cosa le imprese italiane scrivono nei propri documenti a proposito dell'intelligenza artificiale che dichiarano di impiegare.

Il metodo: documenti primari, non sondaggi

Nell'arco di cinque giorni la redazione ha esaminato 77 realtà italiane e non quotate, gruppi industriali, amministrazioni pubbliche, centrali sui documenti che pubblicano e sottoscrivono a proprio nome: bilanci, comunicati ufficiali, bandi di gara. Sedici di questi documenti sono stati retti

NUOVO - GRATUITO



Le nuove regole AI Act sono obbligatorie dal 2 agosto: ecco come adeguarsi

Il primo report sugli Stati Generali della AI agentica italiana, realizzato in collaborazione con [Lamiafinanza.it](#), che ti svela cosa stanno facendo le aziende.

Scarica gratuitamente il report →

CARTA STAMPATA

Robinhood, il «casinò digitale» dove al tavolo siede anche l'IA

Dimitri Loringett

Ritaglio dell'edizione cartacea · 2026-07-10-corriere-del-ticino.pdf

La frase che riguarda noi

«Il trading algoritmico potenziato dall'IA non è una promessa, è una realtà concreta e tangibile, che anche in Ticino sta prendendo piede.»

DI CHE COSA PARLA

Il principale quotidiano della Svizzera italiana, pagina Economia. L'inchiesta racconta la nuova offerta del broker americano Robinhood: una blockchain proprietaria, azioni «tokenizzate» scambiabili 24 ore su 24 in 120 Paesi, un conto al 7% annuo su dollari digitali, future perpetui con leva fino a dieci volte e il trading delegato a un agente di intelligenza artificiale.

L'articolo spiega che i prodotti di punta sono vietati in Svizzera, ma che la delega agli algoritmi avanza anche alle nostre latitudini: è su questo passaggio che viene chiamato in causa Michele Ficara Manganeli, come voce tecnica sul trading potenziato dall'intelligenza artificiale.

La posizione riportata nell'articolo è quella che ripetiamo sempre: con l'IA i professionisti della finanza non verranno sostituiti, ma potenziati.

Robinhood, il «casinò digitale» dove al tavolo siede anche l'IA

Il principale quotidiano della Svizzera italiana, pagina Economia.

Corriere del Ticino
Venerdì 10 luglio 2026

ECONOMIA

17

Robinhood, il «casinò digitale» dove al tavolo siede anche l'IA

FINANZA / Il broker californiano ha lanciato una blockchain proprietaria con azioni «tokenizzate», prestiti al 7% e «trading agentic» - I prodotti di punta sono vietati in Svizzera, ma la «delega» agli algoritmi avanza anche alle nostre latitudini

Dimitri Loringetti

«The World is Flat, il mondo è piatto: così Robinhood, broker statunitense, ha intitolato l'evento con cui, il primo luglio scorso a Londra, ha presentato la sua nuova creatura. La promessa è quella di una finanza senza confini, costruita su una blockchain proprietaria: Robinhood Chain sulla quale girano un intero ecosistema di prodotti: azioni tokenizzate (scambiabili 24 ore su 24 in 120 Paesi, un conto al 7% annuo su dollari digitali), future perpetui con leva fino a 10 volte su oro, petrolio e valute e il trading delegato a un agente di IA.

Robinhood è nato per voler «democratizzare la finanza», uno slogan messo alla prova nel gennaio 2021, quando il broker californiano fu teatro del famoso «short squeeze» su GameStop partito da Reddit, salvo poi bloccare gli acquisti nel momento cruciale. Con questo annuncio Robinhood segna un salto di ambizione: da app di trading a infrastruttura finanziaria globale, ma la novità solleva non pochi interrogativi.

Azioni che non sono azioni
Il prodotto simbolo del lancio sono gli *Stock Token*, dei gettoni digitali che replicano il prezzo di titoli come Nvidia, Apple o Google. Per le stesse condizioni contrattuali di Robinhood, si tratta di titoli di debito tokenizzati emessi da una società veicolo con sede a Jersey, che non conferiscono alcuna proprietà dell'azione sottostante. In pratica, chi compra un *token* su Apple non possiede Apple ma solo una promessa di Robinhood.

La struttura aveva già fatto discutere un anno fa, con i *token* lanciati in Europa su Open e i *SpaceX*, con Open che aveva pubblicamente negato qualsiasi accordo. Agenzia la SEC, l'autorità di vigilanza americana, ha tracciato una linea netta tra i titoli tokenizzati



Con l'IA, i professionisti della finanza non verranno sostituiti, ma potenziati.

© COTI GABRIELE PUTZ

La società ammette
che gli agenti possono sbagliare e declina ogni responsabilità sulle loro operazioni

sponsorizzati dall'emittente e i prodotti di terzi che offrono soltanto un'esposizione sintetica, tenendo i secondi sotto stretta sorveglianza.

E curioso il dettaglio geografico: gli *Stock Token* non possono essere venduti negli USA e sono esclusi anche Regno Unito, Canada, Emirati e Svizzera. Il mondo piatto evocato a Londra ha quindi confini regolatori molto precisi, poiché il prodotto di punta è vietato proprio nei mercati con le autorità di vigilanza più esigenti.

L'arte di aggirare le regole
Ancora più emblematica è Robinhood *Earn*, il prodotto che permette agli utenti americani di prestare dollari digitali (la *stablecoin* USDG) incassando

un rendimento del 7% annuo. Schenchi di questo tipo erano di fatto scomparsi dal mercato USA, in quanto la SEC li ha sistematicamente trattati come collocamenti di titoli non registrati, sanzionando per esempio la piattaforma BlockFi, ora chiusa, per 100 milioni di dollari nel 2022. Robinhood, invece, ha trovato la scappatoia.

Formalmente, l'azienda non tocca il denaro: quando l'utente attiva *Earn*, l'app gli crea un *wallet* in autocustodia (di cui il cliente è l'unico titolare) e si limita a fare da ponte verso Morpho, una piattaforma di prestiti senza intermediari, dove il credito è gestito sulla blockchain da *smart contract* (contratti automatici). Non è Robinhood a pagare gli interessi, bensì il codice della piattaforma. La *stablecoin*, inoltre, è emessa da Paxos, società regolamentata, sollevando Robinhood anche dagli obblighi di un emittente. L'architettura è elegante (per non dire furba) e le clausole parlano chiaro: se qualcosa va storto, Robinhood non gestisce il denaro e non garantisce il rendimento. Inoltre,

un'assicurazione dei Lloyd di Londra copre gli attacchi informatici e le fidejussioni contrattuali. Ed è qui l'astuzia: negli Stati Uniti chi deposita dollari in banca è protetto dalla FDIC, l'agenzia federale che garantisce per legge i depositi fino a 250 mila dollari. *Earn* ha tutte le sembianze di un conto di risparmio, ma è costruito apposta per non esserlo e così la rete di protezione pubblica non scatta mai. Al suo posto c'è quindi una polizza privata, che non copre né il calo del tasso, né un'eventuale perdita di valore della *stablecoin*.

Il «banco» vince sempre
Più d'un osservatore ha descritto Robinhood come un casinò con licenza di *broker*, che pratica l'investimento democratico ma guadagna sulla speculazione. La metafora ha un fondamento tecnico: il broker non applica commissioni, ma viene remunerato dai grandi operatori di mercato per intradare loro gli ordini dei clienti, incassando su ogni operazione, comunque finisca. Nell'ultimo trimestre, oltre metà dei ricavi

dell'azienda proveniva dal trading dei clienti: di questi il 78% da crypto e opzioni, i prodotti più rischiosi del catalogo. Lo stesso CEO, Vladimir Tenev, ha rivendicato la scelta di puntare sui trader più attivi, definendoli i clienti che generano la parte del leone dei ricavi. Una scommessa che comincia a mostrare qualche limite: nel primo trimestre 2026 i ricavi crypto sono crollati del 47%, i volumi del 48% e giugno l'azienda ha tagliato il 10% del personale.

In quest'ottica anche le novità europee assumono un'altra luce. I future perpetui con leva (fino a 10 volte) su materie prime valutate, operativi giorno e notte, sono strumenti in cui una piccola oscillazione avversa può azzerare la posizione. E per quanto riguarda il trading agentic, cioè delegato all'IA, Robinhood stessa ammette che gli agenti possono finitizzare le istruzioni o agire in modo imprevedibile rinunciando a ogni responsabilità sulle operazioni generate.

Il futuro è già qui
Sarebbe però un errore liquidare il trading agentic come l'ennesima trovata di un broker-casino. Che piaccia o no, l'IA che opera sui mercati non è il futuro: c'è già. Il trading algoritmico potenzia ciò che non è una promessa, è una realtà concreta e tangibile, che anche in Ticino sta prendendo piede, afferma al CDT Michele Piccaro Manganello, direttore di Swiss Blockchain Consortium a Lugano. Lasciò Datamoney che l'upside di una piattaforma di trading basata sull'IA per istituti bancari, *family office* e gestori patrimoniali della piazza ticinese è svizzera. Con una differenza sostanziale rispetto al modello Robinhood: il professionista della finanza non viene sostituito ma potenziato: analisi e operazioni che prima richiedevano giorni, se non mesi, oggi si eseguono in pochi istanti, sotto il suo pieno controllo, conclude.

1 minuto

L'indice SMI diventa ancora più «farmaceutico»



Modifiche nel listino

Cambiamenti in vista in seno allo SMI, l'indice delle «blue chip» (valori guida) della Borsa svizzera. Il prossimo 21 settembre dal listino usciranno Kühne+Nagel (logistica) e Swisscom che verranno rimpiazzate dalle società pharma Galderma (dermatologia) e Sanofi (generici). Lo ha annunciato ieri SIX, il gruppo che gestisce la Borsa di Zurigo. Salvo invece, per ora, il produttore di periferiche per computer Logitech, che si gioca la permanenza proprio con Swisscom. E così, con questi cambiamenti lo SMI accentua la sua «vocazione» legata al settore farmaceutico: ben sei titoli, su 20 presenti nell'indice, appartengono infatti al settore, per una quota che salirà dal 36% al 40% circa - un aumento che gli esperti considerano «contenuto», sconsigliando l'idea profusa da alcuni osservatori che l'indice possa diventare una sorta di «Swiss Pharma Index».

ACCORDO UBS-MSCI
UBS e la società finanziaria americana MSCI hanno annunciato una collaborazione strategica con l'obiettivo di aumentare la trasparenza e l'efficienza dei mercati privati, un settore in forte crescita ma caratterizzato da dati frammentati e scarsa visibilità. L'accordo prevede lo sviluppo congiunto della piattaforma basata sull'IA di MSCI, che verrà arricchita con nuovi strumenti, dati e analisi dedicati agli investitori alternativi e ai mercati privati, spiega UBS in una nota. La collaborazione unisce le competenze di MSCI nel campo dei dati indipendenti, dei modelli e delle analisi finanziarie con la profonda esperienza di UBS negli investimenti alternativi e nella gestione patrimoniale a livello globale.

La spada di Damocle del quantum sul futuro di bitcoin e di Strategy

CRIPTO / Sul valore, in calo, dell'attivo digitale pesano le vendite «forzate» della società americana

Bitcoin, che fa il «regina» delle crypto scambia attualmente attorno ai 62 mila dollari, quasi la metà rispetto al massimo storico di 126 mila dollari toccato lo scorso ottobre. In questa fase le spiegazioni si calano per il calo (40% rispetto a un anno fa) come il *risk-off* per via delle tensioni geopolitiche, non convincono, tant'è che le Borse sono ai massimi. Più verosimile, semmai, è il peso di quanto accade attorno al maggior detentore aziendale della criptovaluta.

Circa il 35% del bitcoin
in circolazione sarebbe oggi esposto a un attacco quantistico

La retromarcia di Strategy
Strategy, nota per la sua strategia di accumulo di bitcoin quale riserva di tesoreria - ha annunciato una perdita di 8,3 miliardi di dollari sugli attivi digitali nel secondo trimestre, dopo aver venduto 3.588 bitcoin a un prezzo medio attorno ai 60 mila dollari: ben sotto il costo medio di carico di 75,47 dollari. È la prima liquidazione significativa per la società che per anni ha incarnato il credo del comprare e non vendere mai e il ricavato è servito a pagare i dividendi sulle

azioni privilegiate e a ricostituire le riserve in dollari (sic). Intanto il valore d'impresa è sceso, per la prima volta, sotto quello dei bitcoin in bilancio (843,775 unità). Il timore dei mercati è una spirale perversa: se il maggior detentore vende, il prezzo scende, rendendo necessarie altre vendite.

«Crypto-killers» in arrivo?
Per molti osservatori, però, la minaccia esistenziale per il bitcoin è un'altra: il quantum computing. Le blockchain (sulle quali «girano» le criptovalute

come bitcoin, ether ecc.) si affidano a una crittografia a curve ellittiche vecchia di decenni: un computer quantistico sufficientemente potente potrebbe derivare le chiavi private dalle chiavi pubbliche - visibili sui registri trasparenti e permanenti - e falsificare le firme digitali, autorizzando transazioni fraudolente e irreversibili. Secondo Google, macchine capaci di violare questa crittografia potrebbero arrivare già nel 2029, non più tra un decennio come si stimava finora. Circa il 85% dei bitcoin in circolazione sarebbe oggi esposto a un attacco quantistico, con stime che arrivano al 50%. E basterebbe un solo furto su larga scala, seguito dalla vendita sul mercato, per far crollare il prezzo della criptovaluta colpita, con effetti che, avverte Moody's, si farebbero sentire sull'intero mercato.

La transizione verso la crittografia *post-quantum* si an-

nuncia però lunga e costosa e tutt'altro che banale. Le firme digitali *post-quantum*, molto più pesanti, rischiano di aumentare i costi e degradare l'esperienza d'uso, specie su blockchain con blocchi di dimensione fissa come bitcoin; e muoversi troppo presto, con standard ancora in evoluzione, potrebbe creare nuove vulnerabilità. Inoltre, la stessa natura decentralizzata delle blockchain complica il consenso sulla via da seguire.

Il tema, peraltro, è noto nei circoli finanziari svizzeri. La Finma, a seguito di un suo sondaggio condotto nei mesi scorsi presso 60 istituti, invita le banche a fare di più per affrontare i potenziali - e ormai non più remoti - rischi determinati dai potenti computer quantistici, che potrebbero violare gli attuali sistemi crittografici, mettendo a rischio comunicazioni, dati dei clienti e transazioni finanziarie. **DI**

CARTA STAMPATA

Come non farsi licenziare da ChatGPT AI

Michele Ficara Manganelli

Ritaglio dell'edizione cartacea · 2023-ticino-welcome.pdf

La frase che riguarda noi

«Molti professionisti nei campi della informazione e del marketing potrebbero rischiare di essere resi obsoleti in pochi mesi e quindi perdere il lavoro entro l'anno.»

DI CHE COSA PARLA

Il documento storico della raccolta: un articolo a firma di Michele Ficara Manganelli, allora Direttore Esecutivo del Consorzio Svizzero della Blockchain, pubblicato sul trimestrale Ticino Welcome nella primavera del 2023, pochi mesi dopo l'arrivo sul mercato di ChatGPT.

L'articolo sostiene una tesi che all'epoca era tutt'altro che condivisa: molti professionisti dell'informazione e del marketing rischiavano di essere resi obsoleti in pochi mesi, e l'unico modo di sopravvivere allo spartiacque era riconfigurarsi come utilizzatori della AI generativa prima che fosse lei a sostituirli.

È qui che viene presentata la figura del Prompt Manager, cioè di chi scrive le istruzioni che guidano il risultato dell'AI. Tre anni prima dell'AI Act e dell'AI agentica, è la prova documentale che su questa materia siamo arrivati tra i primi in Ticino e in Europa.

Come non farsi licenziare da ChatGPT AI

Il documento più vecchio della raccolta: un articolo firmato da Michele Ficara Manganelli sul trimestrale Ticino Welcome, primavera 2023, pochi mesi dopo l'arrivo di ChatGPT.

AZIENDE / PROMPT MANAGER

MICHELE FICARA MANGANELLI, DIRETTORE ESECUTIVO DEL CONSORZIO SVIZZERO DELLA BLOCKCHAIN, PRESENTA PROMPT MANAGER, LA NUOVA PROFESSIONE CHE EVITERÀ CHE LA AI GENERATIVA CHATGPT-3 FACCIA PERDERE IL POSTO DI LAVORO.



È ormai chiaro che dopo l'arrivo sul mercato della AI Generativa di CHATGPT-3 il mondo della comunicazione, dei servizi e della informazione non sarà più quello che immaginavamo in passato. Questa innovazione digitale è talmente pervasiva ed assoluta che già molti professionisti nei campi della informazione e del marketing potrebbero rischiare di essere resi obsoleti in pochi mesi e quindi perdere il lavoro entro l'anno. L'utilizzo della AI Generativa permette di ottimizzare produzioni di informazioni in maniera molto più veloce ed accurata del classico lavoro umano, soprattutto quando questo viene effettuato da figure di staff di medio e basso livello che sono perenti in termini qualitativi ed economici rispetto alla qualità ed alle velocità della AI Generativa. Per potere sopravvivere a questo spartiacque tecnologico bisogna quindi riconfigurarsi professionalmente come utilizzatori della AI Generativa prima che essa stessa ci sostituisca al lavoro e quindi apprezzare la nuova professione di Prompt Manager, ovvero di produttore di Prompt che dono le istru-

COME NON FARSI LICENZIARE DA CHATGPT AI

zioni chiave per generare gli output della AI Generativa.

Il prompt è una frase o un testo che serve come input o istruzione per un sistema o un utente, solitamente con lo scopo di generare una risposta o un'azione. Nel contesto della tecnologia, i prompt possono essere utilizzati in diverse applicazioni, come sistemi di intelligenza artificiale, chatbot, programmi di automazione e altri. Il prompt fornisce le informazioni necessarie per il sistema per comprendere la richiesta dell'utente e fornire una risposta adeguata.

ChatGPT è un modello di linguaggio di grandi dimensioni sviluppato da OpenAI. È stato addestrato su un vasto corpus di testo per comprendere e generare lingua naturale con la massima precisione. ChatGPT utilizza la tecnologia di intelligenza artificiale, in particolare il deep learning, per analizzare e comprendere il contesto del testo e fornire risposte pertinenti e coerenti.

ChatGPT è stato progettato per essere utilizzato in una vasta gamma di ap-

plicazioni, tra cui chatbot, sistemi di assistenza virtuale, generazione di testo e molte altre. Grazie alla sua capacità di comprendere e generare la lingua naturale in modo preciso e fluido, ChatGPT offre un'esperienza di conversazione più naturale e coinvolgente rispetto ai chatbot tradizionali.

Oggi molti settori dell'industria dell'informazione e del terziario utilizzano già da tempo questa tecnologia risparmiando ingenti cifre sui costi dei collaboratori esterni, ma nuovi settori professionali stanno approcciando questa rivoluzione, come ad esempio il settore legale e fiscale che vedono nell'utilizzo della AI Generativa un sostanzioso supporto per velocizzare la produzione di documenti legali o la stesura di bilanci e dichiarazioni fiscali.

Insieme a Ticino Welcome stiamo quindi valutando la possibilità di organizzare il primo corso per Prompt Manager in Ticino dove apprendere e consolidare l'esperienza per svolgere questa nuova ed inedita professione. 

