

Datamoney.ch: la società svizzera che potenzia le aziende con l'AI agentica

Da Lugano, Datamoney realizza agenti di intelligenza artificiale che tolgono alle persone i processi ripetitivi e li fanno girare su server privati, dentro il perimetro del cliente. Un solo obiettivo: potenziare l'azienda, non rimpiazzare le persone. Quest'estate ha pubblicato il primo report sugli Stati Generali dell'AI agentica italiana, e per farlo arrivare a tutti ha realizzato una campagna pubblicitaria interamente agentica.

Fondatore e Direttore Esecutivo è Michele Ficara Manganelli, giornalista, direttore editoriale di Assodigitale e firma di lamiafinanza.it, che dirige anche lo Swiss Blockchain Consortium, l'ente che patrocina l'attività. Il sottotitolo che accompagna il logo dice il perimetro: Swiss Agentic AI Systems.

Non chatbot: agenti che decidono e agiscono

La distinzione su cui si regge tutto il lavoro è quella tra AI generativa e AI agentica, che fuori dagli addetti ai lavori quasi nessuno conosce. La prima scrive un testo quando glielo si chiede. La seconda riceve un obiettivo, decide da sola quali passi servono, li esegue uno dopo l'altro e riporta il risultato finito. Non è una sfumatura tecnica: è la differenza tra uno strumento e un collaboratore.

A questo collaboratore agentico Datamoney affida i processi più ripetitivi e complessi, quelli che consumano le giornate senza aggiungere valore, perché le persone possano tornare a fare il lavoro per cui sono state assunte. Il criterio di riuscita è uno solo: il ritorno misurabile. Il percorso è sempre lo stesso: si mappano dati e processi, si sceglie il sistema e il quadro di conformità, si integra nei processi con test rigorosi, si misura il risultato nel tempo.

Quello che è già in funzione

Non prototipi, ma sistemi che lavorano ogni giorno per clienti veri.

La **redazione agentica** analizza in tempo reale l'intero panorama dell'informazione, riconosce i temi che contano per la linea editoriale di una testata e automatizza l'intero flusso redazionale, dalla ricerca alla pubblicazione, con un'efficienza che nel settore editoriale nessuno aveva ancora raggiunto. Il giornalismo non si sostituisce, si potenzia: la decisione resta sempre alle persone. È in funzione su testate online italiane, tra cui assodigitale.it e lamiafinanza.it, ed è già in avanzata trattativa per potenziare alcune delle maggiori testate quotidiane nazionali.

La **monetizzazione del traffico** trasforma i visitatori di un sito in ricavi, guidando in autonomia contenuti, offerte e conversioni sui grandi network di affiliazione, Amazon in testa. I **sistemi per la comunicazione e la generazione di contatti** presidiano la reputazione di un'azienda dove se ne

parla, misurano il ritorno di ogni campagna e coltivano una rubrica di oltre diecimila contatti tra redazioni e giornalisti. Completano il quadro il **trading algoritmico ad apprendimento automatico**, fornito come tecnologia a banche ed enti finanziari già autorizzati, e un percorso di **formazione riservato al vertice delle aziende**, su invito e in gruppi ristretti, a Lugano e in Italia.

I dati restano in casa

Il vero freno delle aziende oggi non è la tecnologia, è la paura di mandare i propri documenti nel cloud di qualcun altro. La risposta di Datamoney è l'inferenza locale e privata: il server sta dentro il perimetro aziendale, i modelli girano lì, i dati non escono. Dal 2 agosto 2026, con l'AI Act pienamente operativo, non è una scelta di stile ma una garanzia.

Il primo report sugli Stati Generali dell'AI agentica italiana

Sul regolamento europeo la società rivendica di essere arrivata prima dell'obbligo: contenuti etichettati e revisione umana dove serve erano già la regola. Il 3 agosto, il giorno dopo l'entrata in funzione della norma, Datamoney ha pubblicato e diffuso il primo report sugli **Stati Generali dell'AI agentica italiana**: la fotografia di dove sono davvero le aziende italiane su questa tecnologia e la ricognizione dei rischi sanzionatori che la nuova legge comporta, fino ai profili di rilevanza penale che alcune violazioni arrivano a configurare. Non un documento divulgativo, ma uno strumento che dice a un imprenditore a che cosa va incontro. È stato ripreso tra gli altri da MilanoFinanza, il Giornale e LaMiaFinanza, ed è scaricabile gratuitamente su <https://www.datamoney.ch/report>.

Il caso concreto: una campagna fatta dall'AI, e dichiarata

È proprio da quel report che nasce la campagna. Usciva il 3 agosto, con una legge già in vigore e un Paese che stava aprendo l'ombrellone: aspettare settembre voleva dire arrivare tardi su una materia in cui il ritardo si paga caro. «Ci risentiamo a settembre» è stata ideata il 4 agosto ed era in pubblicazione il 5.

Da allora, ogni giorno, esce una creatività in cui l'intelligenza artificiale fa dell'ironia sull'unica cosa di cui è davvero esperta: se stessa. «Gli faremo un'agentica che non potrà rifiutare», dice il soggetto ispirato al Padrino. «L'agentica è una corazzata pazzesca», risponde quello su Fantozzi. In totale 43 soggetti, uno al giorno per un mese e mezzo, su undici piattaforme social, senza un euro di pubblicità a pagamento. Concept, testi, adattamenti per ogni canale, calendario e pubblicazione: tutto in regia agentica, con la direzione creativa e il controllo editoriale sempre in mano a una persona. Dalla spiaggia il collegamento avveniva in remoto verso il server aziendale, con la stessa inferenza locale e privata offerta ai clienti. Risultato: oltre cinquemila download del report in pieno agosto.

Il punto, però, è un altro. In un settore dove l'AI ormai la usano quasi tutti e a scriverlo al cliente sono in pochi, qui l'autore artificiale non è un segreto in fondo al contratto: è il protagonista dichiarato.

«L'AI non ha preso il posto di nessuno: ha fatto fare a noi una cosa che da soli non avremmo saputo fare, ed è questo che va detto», spiega Ficara Manganelli. «Mezzo settore la usa e la nasconde. Noi la mettiamo in copertina, e la facciamo girare su un server nostro, dove i documenti di chi ci affida un processo non escono mai.» Già nel 2023, sulla stampa svizzera e italiana, era stato tra i primi a scrivere che l'AI generativa avrebbe messo a rischio in pochi mesi molti mestieri dell'informazione e del marketing. Tre anni dopo la sua risposta a quel rischio è una società che con l'AI non sostituisce le persone ma le potenzia, a partire da se stesso: «Non sono un creativo, non lo sono mai stato. L'AI non mi ha rimpiazzato, mi ha potenziato».

CHI È DATAMONEY.CH

Datamoney.ch realizza sistemi di intelligenza artificiale agentica per l'ottimizzazione dei processi aziendali e finanziari, con sede a Lugano e sotto il patrocinio dello Swiss Blockchain Consortium. Sistemi già operativi: redazione agentica, monetizzazione del traffico, comunicazione e generazione di contatti, trading algoritmico per istituti autorizzati, formazione riservata al vertice aziendale, campagne pubblicitarie in regia agentica.

Sito: <https://www.datamoney.ch>

La campagna: <https://www.datamoney.ch/campagna-agentica.html>

Il report: <https://www.datamoney.ch/report>

CONTATTI STAMPA

Michele Ficara Manganelli, Direttore Esecutivo
michele.ficara@datamoney.ch · +41 77 965 82 36