02/04/2021
Pag. 11

PUBBLI NOW

VALZER DI POLTRONE

AideXa: Jason Boon chief digital marketing, Walter Rizzi chief data officer

Si rafforza il team della fintech AideXa che dà il benvenuto a Walter Rizzi, che assume il ruolo di chief data officer, e Jason Boon, nuovo chief digital marketing. Con un comprovato expertise negli ambiti AI, Analytics, Digital transformation, e Marketing&Sales, i nuovi ingressi giocheranno un ruolo chiave per la mission di AideXa, ossia facilitare l'accesso al credito alle Pmi e Partite Iva italiane attraverso soluzioni innovative. Rizzi si occuperà di tutte le attività relative all'utilizzo dei big data nei diversi ambiti aziendali, in particolare alla gestione e sviluppo dei motori del credito con la gestione dello scoring lab. Jason Boon guiderà AideXa nella definizione delle strategie di digital marketing, con l'obiettivo di posizionarla come il miglior partner finanziario delle Pmi in Italia.

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

Online

1° aprile 2021
Businesspeople.it
http://www.businesspeople.it/People/People-moving/Doppia-nomina-Aidexa-117135

Doppia nomina in Aidexa

DUE INGRESSI "DIGITAL" IN AZIENDA CON LA NOMINA DI WALTER RIZZI A CHIEF DATA OFFICER E DI JASON BOON A CHIEF DIGITAL MARKETING

Il team di AideXa si rafforza. La fintech del presidente Roberto Nicastro e del Ceo Federico Sforza accoglie in squadra Walter Rizzi, che assume il ruolo di Chief Data Officer, e Jason Boon, nominato Chief Digital Marketing. Con un comprovato expertise negli ambiti A.I., analytics, digital transformation e marketing & sales, i nuovi ingressi giocheranno, secondo l'azienda, un ruolo chiave per la mission di AideXa, ossia facilitare l'accesso al credito alle pmi e partite iva italiane attraverso soluzioni innovative.

Walter Rizzi, leader esperto di digital and analytics transformations, nonché di governance e tecnologia dei dati e di frode e gestione del credito, in qualità di Chief Data Officer si occuperà di tutte le attività relative all'utilizzo dei big data nei diversi ambiti aziendali, in particolare alla gestione e sviluppo dei motori del credito con la gestione dello scoring lab. Rizzi proviene da McKinsey & Company dove era partner dal 2013 e, dal 2020, Leader di QuantumBlack, società di McKinsey specializzata in A.I. e advanced analytics

Jason Boon in qualità di Chief Digital Marketing guiderà AideXa nella definizione delle strategie di digital marketing, con l'obiettivo di posizionare l'azienda come il miglior partner finanziario delle pmi in Italia. Laureato in International Management all'Università di Bologna e Mpa alla Sda Bocconi, Boon ha iniziato la sua carriera come imprenditore per poi approdare dapprima in Vodafone e successivamente in CartaSì, dove ha seguito l'intero processo di digitalizzazione in Nexi, fino alla sua quotazione in Borsa. Nel 2019 ha assunto il ruolo di Sales & Strategic Partnership Director di Shopfully, la compagnia specializzata in marketing drive-to-store attiva con il marchio DoveConviene, per la quale ha definito le strategie di vendita e marketing per i settori grocery, drugstore ed elettronica di consumo.

Online

1° aprile 2021
Aziendabanca.it
https://www.aziendabanca.it/notizie/carriere/aidexa-walter-rizzi-jason-boon

AideXa: due top manager per crescere nei dati e nel digital

Il team di AideXa si rafforza. La FinTech del Presidente Roberto Nicastro e del CEO Federico Sforza accoglie in squadra Walter Rizzi, che assume il ruolo di Chief Data Officer, e Jason Boon, nominato Chief Digital Marketing.

Con un comprovato expertise negli ambiti AI, Analytics, Digital transformation e Marketing&Sales, i nuovi ingressi giocheranno un ruolo chiave per la mission di AideXa, ossia facilitare l'accesso al credito alle PMI e Partite Iva italiane attraverso soluzioni innovative.
Walter Rizzi (nella foto in alto), esperto di Digital and Analytics transformations, nonché di governance e tecnologia dei dati e di frode e gestione del credito, in qualità di Chief Data Officer si occuperà di tutte le attività relative all'utilizzo dei big data nei diversi ambiti aziendali, in particolare alla gestione e sviluppo dei motori del credito con la gestione dello scoring lab. L'obiettivo è di rendere sempre più AideXa una data driven company attraverso l'uso del machine learning e dell'intelligenza artificiale.

Rizzi proviene da McKinsey & Company dove era partner dal 2013 e, dal 2020, Leader di QuantumBlack, società di McKinsey specializzata in AI e advanced analytics che unisce strategia, tecnologia e design per migliorare i risultati di performance delle organizzazioni.

Jason Boon (nella foto in alto) in qualità di Chief Digital Marketing guiderà AideXa nella definizione delle strategie di digital marketing, con l'obiettivo di posizionare AideXa come il miglior partner finanziario delle PMI in Italia. Laureato in International Management all'Università di Bologna e MPA alla SDA Bocconi, Jason Boon ha iniziato la sua carriera come imprenditore per poi approdare dapprima in Vodafone e successivamente in CartaSì, dove ha seguito l'intero processo di digitalizzazione in Nexi, fino alla sua quotazione in Borsa. Nel 2019 ha assunto il ruolo di Sales & Strategic Partnership Director di Shopfully, la compagnia specializzata in marketing drive-to-store attiva con il marchio DoveConviene, per la quale ha definito le strategie di vendita e marketing per i settori grocery, drugstore ed elettronica di consumo.

Online

1° aprile 2021
Ilgiornaleditalia.it
https://www.ilgiornaleditalia.it/news/economia/134897/aidexa-cresce-nei-dati-e-nel-digital-con-due-nuovi-ingressi-di-top-manager.html

Aidexa, cresce nei dati e nel digital con due nuovi ingressi di top manager

Walter Rizzi nuovo Chief Data Officer: 'Sono entusiasta di entrare a far parte di AideXa che si è fatta portavoce dell'innovazione sui dati bancari'. Jason Boon Chief Digital Marketing: 'Condivido la mission di Aidexa che vuole accompagnare gli imprenditori nello sviluppo dei loro progetti e della loro azienda in maniera rapida, veloce e affidabile'

Il team di **AideXa** si rafforza. La fintech del presidente **Roberto Nicastro** e del Ceo **Federico Sforza** accoglie in squadra **Walter Rizzi**, che assume il ruolo di Chief Data Officer, e **Jason Boon**, nominato Chief Digital Marketing. Con un comprovato expertise negli ambiti AI, Analytics, Digital transformation e Marketing&Sales, i nuovi ingressi giocheranno un ruolo chiave per la mission di AideXa, ossia facilitare l'accesso al credito alle Pmi e Partite Iva italiane attraverso soluzioni innovative. Walter Rizzi, leader esperto di Digital and Analytics transformations, nonché di governance e tecnologia dei dati e di frode e gestione del credito, in qualità di Chief Data Officer si occuperà di tutte le attività relative all'utilizzo dei big data nei diversi ambiti

aziendali, in particolare alla gestione e sviluppo dei motori del credito con la gestione dello scoring lab. L'obiettivo è di rendere sempre più AideXa una data driven company attraverso l'uso del machine learning e dell'intelligenza artificiale.

Rizzi proviene da McKinsey & Company dove era partner dal 2013 e, dal 2020, Leader di QuantumBlack, società di McKinsey specializzata in AI e advanced analytics che unisce strategia, tecnologia e design per migliorare i risultati di performance delle organizzazioni. Con varie esperienze su clienti internazionali, Rizzi ha lavorato principalmente nelle aree Crediti, Marketing & Sales con l'obiettivo di ottenere valore dai dati e dagli insight e ha costruito e guidato team e talenti multidisciplinari nell'ambito Digitale.

"Sono entusiasta di entrare a far parte di AideXa – commenta **Walter Rizzi**, Chief Data Officer di AideXa – La fintech di Roberto Nicastro e Federico Sforza si è fatta portavoce dell'innovazione sui dati bancari e per me non c'è premessa migliore per iniziare questa nuova sfida professionale. L'attenzione che l'azienda pone sull'intelligenza artificiale, sulla trasformazione digitale e sull'importanza dell'analisi e dell'applicazione dei dati è stimolante e ben si adatta alle competenze maturate nel corso della mia carriera: sono pronto a dare il mio contributo per scrivere un nuovo capitolo della storia di AideXa".
Jason Boon in qualità di Chief Digital Marketing guiderà AideXa nella definizione delle strategie di digital marketing, con l'obiettivo di posizionare AideXa come il miglior partner finanziario delle PMI in Italia. Laureato in International Management all'Università di Bologna e MPA alla SDA Bocconi, Jason Boon ha iniziato la sua carriera come imprenditore per poi approdare dapprima in Vodafone e successivamente in CartaSì, dove ha seguito l'intero processo di digitalizzazione in Nexi, fino alla sua quotazione in Borsa. Nel 2019 ha assunto il ruolo di Sales & Strategic Partnership Director di Shopfully, la compagnia specializzata in marketing drive-to-store attiva con il marchio DoveConviene, per la quale ha definito le strategie di vendita e marketing per i settori grocery, drugstore ed elettronica di consumo.
"AideXA è nata con una vocazione al digital e alla tecnologia, pertanto sono orgoglioso di entrare in squadra alla guida del marketing digitale. Condivido pienamente la mission di Roberto Nicastro e Federico Sforza, che vogliono accompagnare gli imprenditori nello sviluppo dei loro progetti e della loro azienda in maniera rapida, veloce e affidabile. In questo senso, le attività di digital marketing sono fondamentali per aumentare l'awareness organica della società e per promuovere attivamente il prodotto agli imprenditori target garantendo la miglior esperienza possibile" – dichiara Jason Boon, Chief Digital Marketing di AideXa.

Le due nomine confermano il focus di AideXa su innovazione e tecnologia declinate a favore delle piccole e medie imprese, che rappresentano la metà del PIL e dell'occupazione del nostro Paese.

Online

1° aprile 2021
Mediakey.tv
https://www.mediakey.tv/leggi-news/aidexa-continua-a-crescere-nei-dati-e-nel-digital-con-due-nuovi-ingressi-di-top-manager

AideXa continua a crescere nei dati e nel digital con due nuovi ingressi di top manager

Il team di AideXa si rafforza. La fintech del presidente Roberto Nicastro e del Ceo Federico Sforza accoglie in squadra Walter Rizzi, che assume il ruolo di Chief Data Officer, e Jason Boon, nominato Chief Digital Marketing. Con un comprovato expertise negli ambiti AI, Analytics, Digital transformation e Marketing&Sales, i nuovi ingressi giocheranno un ruolo chiave per la mission di AideXa, ossia facilitare l'accesso al credito alle Pmi e Partite Iva italiane attraverso soluzioni innovative.

Walter Rizzi, leader esperto di Digital and Analytics transformations, nonché di governance e tecnologia dei dati e di frode e gestione del credito, in qualità di Chief Data Officer si occuperà di tutte le attività relative all'utilizzo dei big data nei diversi ambiti aziendali, in particolare alla gestione e sviluppo dei motori del credito con la gestione dello scoring lab. L'obiettivo è di rendere sempre più AideXa una data driven company attraverso l'uso del machine learning e dell'intelligenza artificiale.

Rizzi proviene da McKinsey & Company dove era partner dal 2013 e, dal 2020, Leader di QuantumBlack, società di McKinsey specializzata in AI e advanced analytics che unisce strategia, tecnologia e design per migliorare i risultati di performance delle organizzazioni. Con varie esperienze su clienti internazionali, Rizzi ha lavorato principalmente nelle aree Crediti, Marketing & Sales con l'obiettivo di ottenere valore dai dati e dagli insight e ha costruito e guidato team e talenti multidisciplinari nel ambito Digitale.

"Sono entusiasta di entrare a far parte di AideXa", commenta Walter Rizzi, Chief Data Officer di AideXa. "La fintech di Roberto Nicastro e Federico Sforza si è fatta portavoce dell'innovazione sui dati bancari e per me non c'è premessa migliore per iniziare questa nuova sfida professionale. L'attenzione che l'azienda pone sull'intelligenza artificiale, sulla trasformazione digitale e sull'importanza dell'analisi e dell'applicazione dei dati è stimolante e ben si adatta alle competenze maturate nel corso della mia carriera: sono pronto a dare il mio contributo per scrivere un nuovo capitolo della storia di AideXa".

Jason Boon in qualità di Chief Digital Marketing guiderà AideXa nella definizione delle strategie di digital marketing, con l'obiettivo di posizionare AideXa come il miglior partner finanziario delle PMI in Italia. Laureato in International Management all'Università di Bologna e MPA alla SDA Bocconi, Jason Boon ha iniziato la sua carriera come imprenditore per poi approdare dapprima in Vodafone e successivamente in CartaSì, dove ha seguito l'intero processo di digitalizzazione in Nexi, fino alla sua quotazione in Borsa. Nel 2019 ha assunto il ruolo di Sales & Strategic Partnership Director di Shopfully, la compagnia specializzata in marketing drive-to-store attiva con il marchio DoveConviene, per la quale ha definito le strategie di vendita e marketing per i settori grocery, drugstore ed elettronica di consumo.

“AideXA è nata con una vocazione al digital e alla tecnologia, pertanto sono orgoglioso di entrare in squadra alla guida del marketing digitale. Condivido pienamente la mission di Roberto Nicastro e Federico Sforza, che vogliono accompagnare gli imprenditori nello sviluppo dei loro progetti e della loro azienda in maniera rapida, veloce e affidabile. In questo senso, le attività di digital marketing sono fondamentali per aumentare l’awareness organica della società e per promuovere attivamente il prodotto agli imprenditori target garantendo la miglior esperienza possibile”, dichiara Jason Boon, Chief Digital Marketing di AideXa.

Le due nomine confermano il focus di AideXa su innovazione e tecnologia declinate a favore delle piccole e medie imprese, che rappresentano la metà del PIL e dell’occupazione del nostro Paese.

Online

1° aprile 2021
Youmark.it
https://youmark.it/ym-interactive/aidexa-cresce-nei-dati-e-nel-digital-con-due-nuovi-ingressi-di-top-manager-walter-rizzi-e-jason-boon/

AideXa cresce nei dati e nel digital con due nuovi ingressi di Top Manager: Walter Rizzi e Jason Boon

Il team di AideXa si rafforza. La fintech del presidente Roberto Nicastro e del CEO Federico Sforza accoglie in squadra Walter Rizzi, che assume il ruolo di Chief Data Officer, e Jason Boon, nominato Chief Digital Marketing. Con un comprovato expertise negli ambiti AI, Analytics, Digital transformation, e Marketing&Sales, i nuovi ingressi giocheranno un ruolo chiave per la mission di AideXa, ossia facilitare l’accesso al credito alle Pmi e Partite Iva italiane attraverso soluzioni innovative.

Walter Rizzi, leader esperto di Digital and Analytics transformations, nonché di governance e tecnologia dei dati e di frode e gestione del credito, in qualità di Chief Data Officer si occuperà di tutte le attività relative all’utilizzo dei big data nei diversi ambiti aziendali, in particolare alla gestione e sviluppo dei motori del credito con la gestione dello scoring lab. L’obiettivo è di rendere sempre più AideXa una data driven company attraverso l’uso del machine learning e dell’intelligenza artificiale.

Rizzi proviene da McKinsey & Company dove era partner dal 2013 e, dal 2020, Leader di QuantumBlack, società di McKinsey specializzata in AI e advanced analytics che unisce strategia, tecnologia e design per migliorare i risultati di performance delle organizzazioni. Con varie esperienze su clienti internazionali, Rizzi ha lavorato principalmente nelle aree Crediti, Marketing & Sales con l’obiettivo di ottenere valore dai dati e dagli insight e ha costruito e guidato team e talenti multidisciplinari nel ambito Digitale.

Jason Boon in qualità di Chief Digital Marketing guiderà AideXa nella definizione delle strategie di digital marketing, con l’obiettivo di posizionare AideXa come il miglior partner finanziario delle PMI in Italia.

Laureato in International Management all'Università di Bologna e MPA alla SDA Bocconi, Jason Boon ha iniziato la sua carriera come imprenditore per poi approdare dapprima in Vodafone e successivamente in CartaSì, dove ha seguito l'intero processo di digitalizzazione in Nexi, fino alla sua quotazione in Borsa. Nel 2019 ha assunto il ruolo di Sales & Strategic Partnership Director di Shopfully, la compagnia specializzata in marketing drive-to-store attiva con il marchio DoveConviene, per la quale ha definito le strategie di vendita e marketing per i settori grocery, drugstore ed elettronica di consumo.

06/04/2021
Pag. 1 Ed. Torino

CORRIERE DELLA SERA

diffusione:172911
tiratura:253197

L'INTERVISTA AL PRESIDENTE DI AIDEXA

Nicastro: «Aumenterà la concorrenza»

«È uno strumento formidabile per aumentare la concorrenza a beneficio del cliente. Le propongo un'analogia: l'open banking assomiglia a quando nel comparto assicurativo si è introdotta la portabilità della classe di merito per consentire di ricevere offerte di polizze dalle compagnie». Roberto Nicastro, ex dg di Unicredit, oggi presidente di Aidexa, traccia il futuro del fintech: «Gli imprenditori hanno bisogno di risposte rapide». a pagina 3 **Rinaldi**

L'INTERVISTA ROBERTO NICASTRO

«Con l'open finance aumenterà la concorrenza a beneficio dei clienti»

Il presidente Aidexa: servono tempi di risposta rapidi

di **Andrea Rinaldi**

Difficile che un banchiere, terminato un incarico, si faccia da parte. Ci sono le sirene della politica o, in tempi più recenti, quelle del fin-tech. Roberto Nicastro, ex dg di Unicredit, già presidente delle good bank e vicepresidente di Ubi, ha scelto quest'ultime e ha fondato Aidexa, una fintech con licenza bancaria focalizzata sullo small business italiano che in Piemonte vede tanto potenziale.

Presidente, solo l'1,2% delle imprese piemontesi ha fatto ricorso a strumenti di finanziamento alternativi. Come può essere utile Aidexa?

«Negli ultimi decenni il Piemonte ha cambiato peso e composizione dell'economia. Il mondo delle piccole imprese era identificato solo con la fornitura Fiat; in realtà oggi le 350 mila pmi piemontesi pesano e contribuiscono per più di metà del Pil ed è, la loro, una composizione più eterogenea del passato: oggi l'economia regionale è molto più multipolare e al di là del supporto bancario classico queste imprese hanno un problema di attenzione specifica».

Poco considerate e profittevoli?

«Sì sentono schiacciate nel rapporto con la banca tra l'attenzione alla grande azienda e quella alle famiglie. Ecco perché è nato Aidexa. Agli imprenditori il tempo non basta mai e i servizi bancari li vorrebbero velocissimi: noi con il nostro instant lending diamo l'ok al prestito in 24 ore».

Da giugno a novembre 2020, il 32,8% delle imprese della regione ha richiesto prestiti assistiti da garanzia pubblica. Una percentuale inferiore sia rispetto a quella delle regioni del Nord Ovest (33,4% delle imprese), sia rispetto a quella nazionale (il 37,7% delle imprese italiane

Newsletter
Il Corriere Torino gratis la mattina nella tua mail
Inquadra questo codice con il tuo smartphone

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

CORRIERE DELLA SERA

diffusione:172911
tiratura:253197

ha fatto richiesta).

«Anzitutto dobbiam tenere presente che siamo entrati nel 2019 con il credito alle pmi che era sceso e gli stock creditizi in calo da un paio di anni, risaliti invece l'anno scorso grazie alla garanzia pubblica e al Mediocredito centrale. Senza questo avrebbero continuato a decrescere perché alle spalle c'è la pressione dei regolatori che ha spinto alla contrazione del credito. Nel 2020 la garanzia pubblica è diventata lo strumento più usato dalle imprese e dalle banche. Sarà interessante capire cosa succederà in futuro».

Presidente però sono quasi 50mila le imprese che non hanno richiesto prestiti assistiti da garanzie pubbliche. Di queste, il 5,5% ha dichiarato di non averlo fatto a causa di un indebitamento già troppo alto. Come la mettiamo?

«Attenzione che le cose sono migliorate nel 2020. Veniamo da un sostanziale limitato accesso alle garanzie rispetto alla Germania e forse nel 2021-22 il tema delle garanzie sarà più frequente. L'uso della garanzia di Stato parziale è una cosa intelligentissima e diventerà più comune nel rapporto tra banca e impresa. Noi siamo molto contenti di avere tra gli azionisti Mediocredito centrale: usufruire di garanzie pubbliche parziali va proprio nella direzione di facilitare il credito».

L'open finance (offerta di servizi finanziari da esterni) conta in Europa 50 piattaforme. Scompaginerà il settore bancario?

«È uno strumento formidabile per aumentare la concorrenza a beneficio del cliente. Le propongo un'analogia: l'open banking assomiglia a quando nel comparto assicurativo si è introdotta la portabilità della classe di merito per consentire di ricevere offerte di polizze dalle compagnie. L'open finance è mostrare i conti corrente anche a banche diverse e noi, se diamo una risposta in 10 minuti, è perché entriamo nei conti correnti con l'intelligenza artificiale e proponiamo un'offerta. È un aspetto rivoluzionario, apre a tanta concorrenza. Aidexa è l'unica a usare questi dati, ma anche le banche inizieranno a usarlo».

L'adeguamento delle nuove normative (compliance) come impatterà nella foresta di startup del fintech?

«Due cose: come Aidexa non siamo preoccupati, tanto è vero che siamo un intermediario finanziario 106 e abbiamo presentato istanza per diventare banca. Crediamo che ci debba essere una convergenza tra fintech e regolamentazione: da una parte è giusto che, quando una fin-tech intermedia grandezze importanti per la comunità come depositi e credito, ci siano norme e vigilanza. Oggi peraltro la tecnologia reg-tech facilita la conformità alle regole a costi minori e dall'altro si auspica che il sistema di regole che da Lehman Brothers in poi si è massicciamente infittito, venga ripensato con maggior proporzionalità tra compliance e rischi effettivi.»

Sarà come dopo i '90 con i provider di telefonia, con le fin-tech assorbite dalle grandi banche?

«C'è una differenza. Nel passato tutti i servizi finanziari erano dati dalla banca. Oggi il fin-tech va nella direzione di essere forte e specialista nel dare soluzioni che la banca non riesce a dare. Non è ovvio che le banche andranno a comprarsi tutte le startup esistenti. Avremo un livello pluralista: i clienti troveranno punti di riferimento in alcune fin-tech, ma anche negli istituti di credito oppure in tutte e due».

E come Aidexa come vi muoverete?

«Stiamo parlando con i consorzi fidi, piuttosto che con altri dealer e con i nostri stessi azionisti. Aidexa ha nella base azionaria operatori che vanno da Sella a Generali a Banca Ifis, Confartigianato, Mediocredito centrale. Dell'istanza bancaria abbiamo detto. Puntiamo infine a sviluppare prodotti nuovi per piccole imprese».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Oggi le imprese del Piemonte hanno un problema di attenzione specifica

Banchiere Roberto Nicastro, 57 anni, presidente e co-fondatore di Aidexa

On line
Leggi tutte le notizie, guarda i video e segui tutti gli aggiornamenti sul sito internet del Corriere
torino.corriere.it

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

06/04/2021
Pag. 18

Il Sole 24 ORE

diffusione:54720
tiratura:87266

Imprese & Territori

NUOVI MANAGER IN AIDEXA
Il team di AideXa si rafforza. La fintech del presidente Roberto Nicastro (nella foto) e del ceo Federico Sforza accoglie in squadra Walter Rizzi e Jason Boon.

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

Online

6 aprile 2021
torino.corriere.it
https://torino.corriere.it/economia/21_aprile_05/con-l-open-finance-aumentera-concorrenza-operatori-ne-beneficeranno-clienti-2fb2e46c-9630-11eb-be24-00f922b4e853.shtml

«Con l'open finance aumenterà la concorrenza tra operatori e ne beneficeranno i clienti»

Roberto Nicastro, presidente della fin-tech Aidexa: agli imprenditori il tempo non basta mai e i servizi bancari li vorrebbero velocissimi, noi diamo un prestito in 24 ore

Difficile che un banchiere, terminato un incarico, si faccia da parte. Ci sono le sirene della politica o, in tempi più recenti, quelle del fin-tech. Roberto Nicastro, ex dg di Unicredit, già presidente delle good banks (Chieti, Ferrara, Etruria, Marche) e vicepresidente di Ubi, ha scelto quest'ultime e ha fondato Aidexa, una fintech focalizzata sullo small business italiano che in Piemonte vede tanto potenziale.

Presidente, il 32,6% delle imprese piemontesi ha acceso nuovo debito bancario per fronteggiare il fabbisogno di liquidità. Solo l'1,2% delle imprese ha fatto ricorso a strumenti di finanziamento alternativi. Come può essere utile Aidexa?
«Negli ultimi decenni il Piemonte ha cambiato peso e composizione dell'economia. Il mondo delle piccole imprese era identificato solo con la fornitura Fiat; in realtà oggi le 350 mila pmi piemontesi pesano e contribuiscono per più di metà del Pil ed è, la loro, una composizione più eterogenea del passato: oggi l'economia regionale è molto più multipolare e al di là del supporto bancario classico queste imprese hanno un problema di attenzione specifica».

Poco considerate e profittevoli?
«Si sentono schiacciate nel rapporto con la banca tra l'attenzione alla grande azienda e quella alle famiglie. Ecco perché è nato Aidexa. Agli imprenditori il tempo non basta mai e i servizi bancari li vorrebbero velocissimi: noi con il nostro instant lending diamo l'ok al prestito — un credito senza fideiussoni e garanzie — in 24 ore».

Da giugno a novembre 2020, più di 24mila imprese (il 32,8% delle imprese della regione) hanno richiesto prestiti assistiti da garanzia pubblica. Una percentuale inferiore sia rispetto a quella delle regioni del Nord Ovest (33,4% delle imprese), sia rispetto a quella nazionale (il 37,7% delle imprese italiane ha fatto richiesta).
«Anzitutto dobbiam tenere presente che siamo entrati nel 2019 con il credito alle pmi che era sceso e gli stock creditizi in calo da un paio di anni, risaliti invece l'anno scorso grazie alla garanzia pubblica e al Mediocredito centrale. Senza questo avrebbero continuato a decrescere perché alle spalle c'è la pressione dei regolatori che ha spinto alla contrazione del credito. Nel 2020 la garanzia pubblica è diventata lo strumento più usato dalle imprese e dalle banche. Sarà interessante capire cosa succederà in futuro».

Presidente però sono quasi 50 le imprese che non hanno richiesto prestiti assistiti da garanzie pubbliche. Di queste, il 5,5% ha dichiarato di non averlo fatto a causa di un indebitamento già troppo alto. Come la mettiamo?

«Attenzione che le cose sono migliorate nel 2020. Veniamo da un sostanziale limitato accesso alle garanzie rispetto alla Germania e forse nel 2021-22 il tema delle garanzie sarà più frequente. L'uso della garanzia di Stato parziale è una cosa intelligentissima e diventerà più comune nel rapporto tra banca e impresa. Noi siamo molto contenti di avere tra gli azionisti Mediocredito centrale: usufruire di garanzie pubbliche parziali va proprio nella direzione di facilitare il credito».

L'open finance (offerta di servizi finanziari da esterni) conta in Europa 50 piattaforme. Scompaginerà il settore bancario?
«È uno strumento formidabile per aumentare la concorrenza a beneficio del cliente. Le propongo un'analogia: l'open banking assomiglia a quando nel comparto assicurativo si è introdotta la portabilità della classe di merito per consentire di ricevere offerte di polizze dalle compagnie. L'open finance è mostrare i conti corrente anche a banche diverse e noi, se diamo una risposta in 10 minuti, è perché entriamo nei conti correnti con l'intelligenza artificiale e proponiamo un'offerta. È un aspetto rivoluzionario, apre a tanta concorrenza. Aidexa è l'unica a usare questi dati, ma anche le banche inizieranno a usarlo».

L'adeguamento delle nuove normative (compliance) come impatterà nella foresta di startup del fintech?
«Due cose: come Aidexa non siamo preoccupati, tanto è vero che siamo un intermediario finanziario 106 e abbiamo presentato istanza per diventare banca. Crediamo che ci debba essere una convergenza tra fin-tech e regolamentazione: da una parte è giusto che, quando una fin-tech intermedia grandezze importanti per la comunità come depositi e credito, ci siano norme e vigilanza. Oggi peraltro la tecnologia reg-tech facilita la conformità alle regole a costi minori e dall'altro si auspica che il sistema di regole che da Lehman Brothers in poi si è massicciamente infittito, venga ripensato con maggior proporzionalità tra compliance e rischi effettivi».

Sarà come dopo i '90 con i provider di telefonia, con le fin-tech assorbite dalle grandi banche?
«C'è una differenza. Nel passato tutti i servizi finanziari erano dati dalla banca. Oggi il fin-tech va nella direzione di essere forte e specialista nel dare soluzioni che la banca non riesce a dare. Non è ovvio che le banche andranno a comprarsi tutte le startup esistenti. Secondo me avremo un livello pluralista: i clienti troveranno punti di riferimento in alcune fin-tech, ma anche negli istituti di credito oppure in tutte e due».

E come Aidexa come vi muoverete?
«Ragioniamo in prospettiva distributiva in dialogo con altri operatori, stiamo parlando infatti con i consorzi fidi, piuttosto che con altri dealer e con i nostri stessi azionisti. Aidexa ha nella base azionaria operatori che vanno da Sella a Generali a Banca Ifis, Confartigianato, Mediocredito centrale. Dell'istanza bancaria abbiamo detto. Puntiamo infine a sviluppare prodotti nuovi per piccole imprese».

Lei è anche senior advisor Europe del private equity Cerbeus, che su Torino ha investito nell'immobiliare in via Alfieri 22. Nuove prospettive in città?
«Siamo in una fase in cui il Paese Italia ritorna centrale. Dal punto di vista macroeconomico paradossalmente alcune evoluzioni che hanno succeduto un problema enorme come la crisi pandemica - faccio riferimento al Recovery plan, al dialogo europeo e alla credibilità del governo Draghi - aumentano l'appetito per il sistema Italia dei grandi investitori internazionali e può

andare a beneficio del Piemonte dove i prezzi reali degli asset immobiliari sono aumentati meno rispetto a quanto successo nei passati 10 anni in altre città europee».

Online

6 aprile 2021
Spotandweb.it
https://www.spotandweb.it/news/834606/walter-rizzi-chief-data-officer-di-aidexa.html#gref

Walter Rizzi Chief Data Officer di AideXa

Walter Rizzi nuovo Chief Data Officer: 'Sono entusiasta di entrare a far parte di AideXa che si è fatta portavoce dell'innovazione sui dati bancari'. Jason Boon Chief Digital Marketing: 'Condivido la mission di Aidexa che vuole accompagnare gli imprenditori nello sviluppo dei loro progetti e della loro azienda in maniera rapida, veloce e affidabile'

Walter Rizzi, leader esperto di Digital and Analytics transformations, nonché di governance e tecnologia dei dati e di frode e gestione del credito, in qualità di Chief Data Officer si occuperà di tutte le attività relative all'utilizzo dei big data nei diversi ambiti aziendali, in particolare alla gestione e sviluppo dei motori del credito con la gestione dello scoring lab. L'obiettivo è di rendere sempre più AideXa una data driven company attraverso l'uso del machine learning e dell'intelligenza artificiale.Rizzi proviene da McKinsey & Company dove era partner dal 2013 e, dal 2020, Leader di QuantumBlack, società di McKinsey specializzata in AI e advanced analytics che unisce strategia, tecnologia e design per migliorare i risultati di performance delle organizzazioni. Con varie esperienze su clienti internazionali, Rizzi ha lavorato principalmente nelle aree Crediti, Marketing & Sales con l'obiettivo di ottenere valore dai dati e dagli insight e ha costruito e guidato team e talenti multidisciplinari nell'ambito Digitale.

Rizzi proviene da McKinsey & Company dove era partner dal 2013 e, dal 2020, Leader di QuantumBlack, società di McKinsey specializzata in AI e advanced analytics che unisce strategia, tecnologia e design per migliorare i risultati di performance delle organizzazioni. Con varie esperienze su clienti internazionali, Rizzi ha lavorato principalmente nelle aree Crediti, Marketing & Sales con l'obiettivo di ottenere valore dai dati e dagli insight e ha costruito e guidato team e talenti multidisciplinari nel ambito Digitale.

"*Sono entusiasta di entrare a far parte di AideXa* – commenta **Walter Rizzi, Chief Data Officer di AideXa** – *La fintech di Roberto Nicastro e Federico Sforza si è fatta portavoce dell'innovazione sui dati bancari e per me non c'è premessa migliore per iniziare questa nuova sfida professionale*. *L'attenzione che l'azienda pone sull'intelligenza artificiale, sulla trasformazione digitale e sull'importanza dell'analisi e dell'applicazione dei dati è stimolante e ben si adatta alle competenze maturate nel corso della mia carriera: sono pronto a dare il mio contributo per scrivere un nuovo capitolo della storia di AideXa".*

Online

6 aprile 2021
Spotandweb.it
https://www.spotandweb.it/news/834609/jason-boon-chief-digital-marketing-di-aidexa.html#gref

Jason Boon Chief Digital Marketing di AideXa

Jason Boon è stato nominato Chief Digital Marketing AideXa. Jason Boon in qualità di Chief Digital Marketing guiderà AideXa nella definizione delle strategie di digital marketing, con l'obiettivo di posizionare AideXa come il miglior partner finanziario delle PMI in Italia. Laureato in International Management all'Università di Bologna e MPA alla SDA Bocconi, Jason Boon ha iniziato la sua carriera come imprenditore per poi approdare dapprima in Vodafone e successivamente in CartaSì, dove ha seguito l'intero processo di digitalizzazione in Nexi, fino alla sua quotazione in Borsa. Nel 2019 ha assunto il ruolo di Sales & Strategic Partnership Director di Shopfully, la compagnia specializzata in marketing drive-to-store attiva con il marchio DoveConviene, per la quale ha definito le strategie di vendita e marketing per i settori grocery, drugstore ed elettronica di consumo.

"AideXA è nata con una vocazione al digital e alla tecnologia, pertanto sono orgoglioso di entrare in squadra alla guida del marketing digitale. Condivido pienamente la mission di Roberto Nicastro e Federico Sforza, che vogliono accompagnare gli imprenditori nello sviluppo dei loro progetti e della loro azienda in maniera rapida, veloce e affidabile. In questo senso, le attività di digital marketing sono fondamentali per aumentare l'awareness organica della società e per promuovere attivamente il prodotto agli imprenditori target garantendo la miglior esperienza possibile" –dichiara Jason Boon, Chief Digital Marketing di AideXa.

Online

6 aprile 2021
Imille.com
https://www.imille.com/2021/04/02/jason-boon-e-il-nuovo-chief-digital-marketing-di-aidexa/

Jason Boon è il nuovo chief digital marketing di AideXa

Il team di AideXa è stato rafforzato. Il presidente Roberto Nicastro e il CEO Federico Sforza hanno accolto Walter Rizzi come Chief Data Officer e Jason Boon, nominato Chief Digital Marketing Officer. Come affermato nel comunicato stampa, i nuovi entranti avranno un ruolo chiave nella mission di AideXa, ovvero facilitare le PMI italiane e le partite Iva all'accesso di credito con soluzioni innovative.

Jason Boon guiderà AideXa nella definizione delle strategie di digital marketing, con l'obiettivo di posizionare AideXa come il miglior partner finanziario delle PMI in Italia.

08/04/2021
Pag. 62 N.28 - mar/apr 2021

Advisor Private

La pandemia non ferma il venture capital in Italia

La proprietÃ intellettuale Ã¨ riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa Ã¨ da intendersi per uso privato

La pandemia non ferma il venture capital in Italia

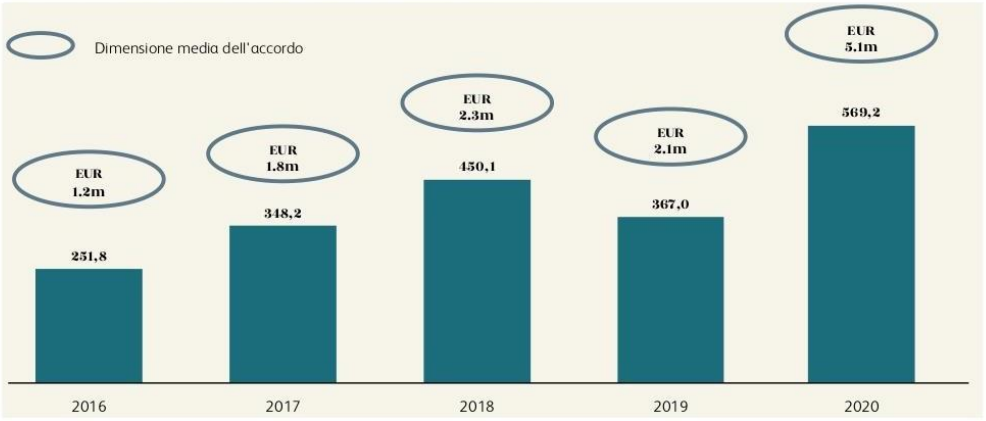
Nonostante la crisi legata al Covid-19 il settore, nel 2020, ha registrato investimenti record.

Francesco Cerruti
VC Hub Italia
CONTRIBUTOR AP

La situazione di crisi determinata dalla diffusione del Covid-19 sembra non aver avuto alcuna influenza sul venture capital in Italia. A un anno dall'inizio della pandemia, infatti, dai risultati che emergono in merito agli investimenti effettuati in startup e scaleup italiane dai fondi di venture capital, il 2020 è risultato l'anno migliore dell'ultimo quinquennio in termini di finanziamenti raccolti, come emerge anche dal Venture Capital Barometer 2020, realizzato in collaborazione da EY e VC Hub Italia, l'associazione che rappresenta i fondi di venture capital attivi nel nostro Paese e più in generale gli investitori in innovazione, oltre a un centinaio fra le principali startup e PMI innovative. Ammontano infatti a 569 milioni di euro i finanziamenti rac-

La proprietÃ intellettuale Ã¨ riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa Ã¨ da intendersi per uso privato

Investimenti di VC nel 2016 -2020



Fonte: EY Venture Capital Barometer 2020 – Italia

colti nel corso del 2020, confermando come l'ecosistema dell'innovazione sia tra i comparti che hanno saputo meglio affrontare e gestire la crisi legata alla pandemia, mostrando una grandissima capacità di resilienza.

Pur a fronte di una riduzione del 37% del numero di deal (111 contro i 175 del 2019), la raccolta complessiva di capitali da parte delle startup e scaleup italiane ha sfiorato i 570 milioni di euro, con una crescita del 55% rispetto all'anno precedente, quando si era attestata a 367 milioni. Emerge poi un ulteriore elemento positivo, ossia l'aumento del valore medio d'investimento (passato dai 2,1 milioni del 2019 ai 5,1 del 2020), che oltre a evidenziare un cambio di rotta rispetto agli anni precedenti, consente all'Italia di recuperare posizioni nella classifica dei Paesi europei per investimenti in innovazione.

Pochi aspetti della nostra vita sono stati immuni da grandi cambiamenti nel 2020 e così è stato anche per la natura degli investimenti in innovazione in Italia. Infatti, a fronte di minor numero di operazioni, abbiamo assistito a una loro maggiore concentrazione, che permette così al nostro Paese di ridurre il gap verso alcuni deli ecosistemi europei innovativi più maturi. Il trend del 2020 mostra infatti un nuovo slancio nel modo di investire in innovazione, che premia le realtà con maggiore potenziale e margine di crescita.

Per alcuni settori in particolare possiamo parlare di vero e proprio boom, anche se è senza dubbio quello del Fintech ad aver catalizzato maggiormente l'attenzione degli investitori, con 173,4 milioni di euro raccolti. Risultati in netto rialzo anche per l'Health Care e Life Science (101,8 milioni), per il i Software & Digital services (58,9 milioni) e per l'Education Technology, che malgrado abbia raccolto "appena" 13 milioni di euro, sembra destinato a un significativo consolidamento, spinto anche dalla crescita della didattica a distanza.

CLOSE MEDIA
AideXa
www.closetomedia.com
info@closetomedia.com
Rassegna stampa
Aprile 2021

La proprietÃ intellettuale Ã¨ riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa Ã¨ da intendersi per uso privato

Il Fintech

In Italia il settore ad aver raccolto il maggior numero di investimenti nel corso del 2020 è il Fintech, che ha raggiunto una raccolta complessiva di 173,4 milioni, superando così il risultato del 2018 e cancellando il magro risultato del 2019, quando la raccolta si era fermata a quota 19 milioni. Il triennio 2018-2020 ha visto poi una diminuzione del numero di round - scesi da 34 a 15 – e una sensibile crescita del ticket medio (passato da 2 a 11 milioni) a causa della concentrazione degli investimenti in realtà più mature, come Satispay, o della maggiore focalizzazione degli investitori in round earlystage, come quello che hanno interessato Aidexa, la startup lanciata da Roberto Nicastro e Federico Sforza. Se guardiamo ai principali investimenti, sul podio troviamo al primo posto i 93 milioni raccolti a fine 2020 da Satispay da investitori come Tencent, Square, LGT Lightstone e l'italiana TIM Ventures, che hanno consentito alla startup di figurare tra i principali dieci round nel Fintech effettuati nel 2020 a livello europeo. In seconda posizione, a quota 45 milioni, troviamo poi Aidexa, la banca digitale focalizzata sui finanziamenti a PMI e partite Iva sostenuta da un gruppo di investitori che include tra gli altri Banca Sella, Generali, Banca Ifis e 360 Capital. Terza posizione per Conio, il wallet mobile per comprare e vendere Bitcoin, che ha incassato 14 milioni di euro da Banca Generali. Da segnalare anche i round che hanno visto protagoniste Sardex - basata in Sardegna, che ha raccolto 5,8 milioni da un gruppo di fondi guidati da CDP Venture Capital, Primomiglio SGR e Innogest - e Fiscozen, sostenuta con 3 milioni da United Ventures. A livello geografico, Milano si conferma la capitale del Fintech italiano.

Healthcare e LifeScience

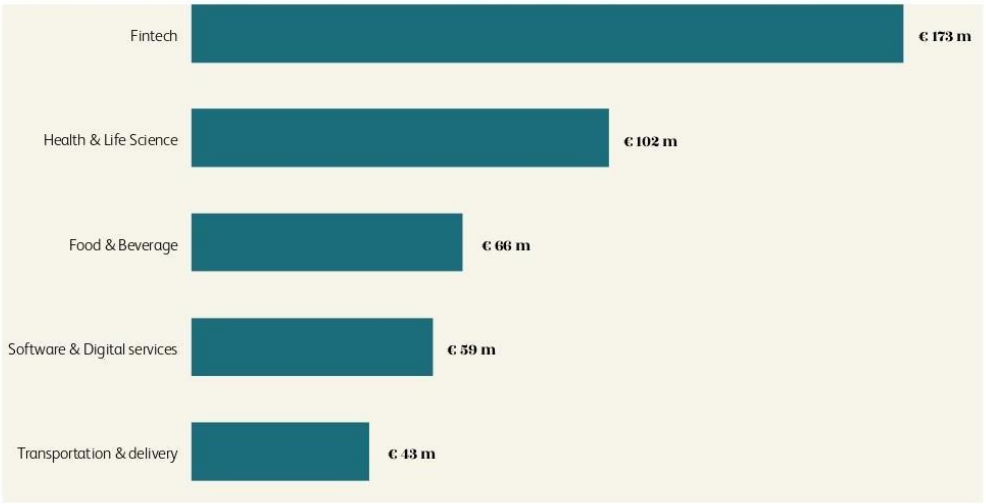
La situazione di crisi sanitaria determinata dalla pandemia ha acceso un faro sul settore Healthcare e LifeScience, che con 16 deal in Italia si attesta al primo posto per numero di investimenti e al secondo per ammontare del capitale investito (101,8 milioni di euro, pari a circa il 20% del totale). Un settore che nel corso del 2020 ha registrato round di dimensione significativa, rispetto al trend degli anni precedenti. Al primo posto troviamo Enthera Pharma, attiva nella cura di malattie autoimmuni, che a fine luglio ha annunciato la chiusura di un round da 28 milioni di euro con capitali raccolti da Sofinnova Partners e AbbVie. Seconda posizione per InnovHeart, che sviluppa sistemi per la sostituzione transcatetere della valvola mitrale, che ad agosto ha chiuso un round B di finanziamento raccolto dall'attuale investitore Genextra insieme a un sindacato guidato da Panakes Partners, con CDP Venture Capital e Indaco Venture Partners che si sono uniti al round. Al terzo posto troviamo invece Genespire, società milanese specializzata nello sviluppo di terapie avanzate destinate a pazienti con malattie genetiche, con un round Serie A da 16 milioni raccolti da Sofinnova Partners. Merita di essere ricordato anche il round Serie C di Wise, azienda attiva nel campo della neuromodulazione, che ha chiuso un round di finanziamento Serie C da 15 milioni di euro, con la cordata di investitori guidata da CDP Venture Capital, affiancata da Indaco Ventures I ed Eureka! Venture Sgr.

Software & Digital Services

Anche in questo segmento il trend italiano ha evidenziato un calo nel nume-

La proprietÃ intellettuale Ã¨ riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa Ã¨ da intendersi per uso privato

Primi 5 settori per valore degli investimenti 2020



Fonte: EY Venture Capital Barometer 2020 – Italia

> **Il trend del 2020 mostra un nuovo slancio nel modo di investire in innovazione**

ro assoluto di operazioni (14, contro le 24 del 2019), bilanciato da una sensibile crescita dell'investimento medio, passato da 1,4 a 4 milioni di euro). Non siamo certamente ai livelli del Fintech, ma anche questo settore ha assistito nel corso del 2020 ad alcuni investimenti degni di nota, sia per dimensioni che per tipologia di investitori coinvolti. Pensiamo in particolare al round chiuso da SIGHUP, una tra le poche startup in Italia a offrire un prodotto in ambito cloud infrastructure, che in soli tre anni ha registrato una crescita costante e ha raccolto 14 milioni da White Bridge. Per questo settore, in Italia, rappresentano un segnale positivo gli investimenti riconducibili a soggetti internazionali, come quelli di CoreView, la piattaforma SaaS di gestione di Microsoft 365, che a ottobre ha chiuso un round di finanziamento serie B da 10 milioni di dollari con l'americana Insight Partners, e la fiorentina Commerce Layer, che ha raccolto 6 milioni di dollari in un Round A da Benchmark, SV Angel e altri investitori. In ambito Intelligenza Artificiale il round d'investimento più rilevante, nel 2020, è quello che ha interessato iGenius, con 11 milioni di dollari raccolti in

La proprietÃ intellettuale Ã¨ riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa Ã¨ da intendersi per uso privato

> **Nel 2020 gli investimenti in start up EdTech in Italia sono stati di soli 13 milioni**

un angel round che ha portato così a 25 milioni il totale raccolto dalla start-up specializzata in natural language processing. Investimento invece tutto italiano per Boom! Imagestudio, che ha sviluppato un sistema per gestire in maniera sistematizzata e scalabile la produzione di contenuti fotografici a livello globale - un segmento che ha un valore annuo di 80 miliardi di dollari e una crescita del 5 % anno su anno - con 6,4 milioni di euro raccolti a ottobre nel round guidato da United Ventures, con la partecipazione di Technogym e Wellness holding.

Education Technology

Malgrado l'EdTech abbia avuto un ruolo da protagonista con la crescita della didattica a distanza che ha seguito la diffusione della pandemia, gli investimenti in startup del settore in Italia si sono attestati a quota 13 milioni. In Europa, al contrario, il 2020 ha visto un trend completamente diverso, che ha fatto emergere ulteriormente un settore relativamente maturo e ben sostenuto dai governi nei più svariati campi e investimenti per circa 8 milioni di dollari, in crescita dell'80 % rispetto al 2019. Nonostante il divario con l'Europa, alcuni investimenti di un certo peso nel settore si sono registrati anche in Italia. Alcuni investitori hanno infatti approfittato del trend positivo a livello globale, investendo in realtà già consolidate a livello nazionale. Tra i round più significativi, uno è quello che ha interessato WeSchool, che ad agosto ha annunciato la chiusura di un aumento di capitale da 6,4 milioni di euro sottoscritto da P101 come lead investor, insieme ai fondi P102 e Italia 500 - Azimut, TIM Ventures, CDP Venture Capital, Club Digitale e Club Italia Investimenti 2. Attiva dal 2016 e con 1,7 milioni di utenti registrati alla chiusura del round, nel corso del lockdown WeSchool è stata utilizzata per la didattica a distanza, permettendo a più di un milione di utenti attivi ogni giorno da smartphone o PC di non interrompere la continuità didattica. Il secondo round interessante è quello che ha visto protagonista Codemotion, la più grande community di sviluppatori, che lo scorso aprile ha annunciato la chiusura di un round di investimento da 6 milioni di euro condotto da P101, con la partecipazione di Primomiglio e CDP Venture Capital.

Il venture capital potrà continuare ad avere un ruolo determinante anche nella ripresa dell'economia del Paese. Da questo punto di vista, è forte la fiducia riposta nel nuovo esecutivo che, anche in linea con le indicazioni dell'UE e con il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza disposto dal governo uscente, ha assegnato un ruolo importante all'innovazione. Il distacco che separa il nostro Paese da altri è vasto e per molti versi poco comprensibile, ma le performance degli operatori del settore innovazione durante un anno drammatico come il 2020 fanno sperare che il trend sia finalmente invertito ●

CLOSE:MEDIA AideXa
www.closetomedia.com
info@closetomedia.com
Rassegna stampa
Aprile 2021

Online

8 aprile 2021
Adnkronos.com
https://www.adnkronos.com/aidexa-la-nuova-fintech-offre-finanziamenti-rapidi-per-pmi-e-partite-iva_6s2cuJUuT2K8mOJUUEKTsb

AideXa: la nuova Fintech offre finanziamenti rapidi per PMI e Partite IVA

Milano, 8 Aprile 2021. L'accesso al credito è sempre stato un grande problema per le **piccole imprese** e le **partite IVA**, che in questo specifico momento storico si trovano ad affrontare difficoltà senza precedenti. In molte occasioni questi soggetti hanno manifestato la necessità di soluzioni rapide e semplificate, che consentissero di **ottenere un finanziamento con maggior agilità** e oggi la risposta è finalmente arrivata. È stata infatti lanciata da poco **AideXa**, la nuova Fintech che si rivolge proprio alle piccole imprese e alle partite IVA con l'obiettivo di semplificare la vita ai 7 milioni di imprenditori che producono la metà del PIL italiano.

L'offerta di AideXa è chiara: **accesso al credito semplificato**, rapidità nell'erogazione dei finanziamenti, massima sicurezza nella gestione dei dati e strumenti di ultima generazione che consentono un'analisi finanziaria accurata e precisa delle imprese. Era da tempo che si avvertiva la necessità di una Fintech come AideXa, che finalmente è arrivata ed è pronta a **fornire soluzioni concrete agli imprenditori**, che ora più che mai hanno bisogno di riprendersi dalla crisi.

Open Banking, AI e machine learning: il futuro è già qui

AideXa riesce ad abbattere i tradizionali ostacoli che **PMI e partite IVA** hanno sempre incontrato rivolgendosi agli istituti bancari tradizionali, che non sono certo noti per rendere la vita facile agli imprenditori italiani. Queste realtà in Italia sono moltissime eppure fino a poco tempo fa incontravano enormi difficoltà nell'accedere ad un prestito, per via della burocrazia e delle tempistiche estenuanti.

La nuova Fintech, promossa da **Roberto Nicastro** e **Federico Sforza**, offre finanziamenti rapidi proprio a chi fa impresa e lo riesce a fare grazie alle risorse innovative oggi a disposizione, a partire dall'**Open Banking** e alla possibilità di condividere i dati bancari introdotta con la **PSD2**. Questo ha rappresentato una vera e propria rivoluzione nel settore, in quanto è proprio grazie a tale innovazione che AideXa può oggi offrire **finanziamenti ad erogazione rapida riducendo al minimo la documentazione necessaria** per accedervi. La formula X Instant lanciata dalla

Fintech deve il suo successo proprio a questo: l'impresa non deve fare altro che comunicare il proprio numero di partita IVA e collegarsi alla banca desiderata inserendo le proprie credenziali; a tutto il resto ci pensa AideXa, snellendo di moltissimo tutte le faccende burocratiche connesse alla richiesta del prestito.

Non solo: la nuova Fintech conta anche su risorse di ultima generazione come l'**Intelligenza Artificiale** e la machine learning che consentono di analizzare i dati dei clienti e stabilire livello di rischio, idoneità al credito e via dicendo.

X Instant: il prestito rapido per PMI e partite IVA

X Instant è il finanziamento rapido offerto da AideXa e pensato appositamente per rispondere alle esigenze delle piccole e medie imprese e delle partite IVA italiane. Parliamo di un prestito a breve termine, con durata di 12 mesi rivolto a tutte le ditte individuali e alle società con fatturato compreso tra i 100.000 ed i 10 milioni di euro. Con X Instant è possibile richiedere **fino a 100.000 euro senza nessuna garanzia in modo semplice, veloce ed estremamente sicuro**. La soluzione che tutte le PMI e le partite IVA italiane cercavano da tempo.

Per maggiori informazioni

Sito web: **https://www.aidexa.it/**

AideXa: la nuova Fintech offre finanziamenti rapidi per PMI e Partite IVA

Milano, 8 Aprile 2021. L'accesso al credito è sempre stato un grande problema per le piccole imprese e le partite IVA, che in questo specifico momento storico si trovano ad affrontare difficoltà senza precedenti. In molte occasioni questi soggetti hanno manifestato la necessità di soluzioni rapide e semplificate, che consentissero di ottenere un finanziamento con maggior agilità e oggi la risposta è finalmente arrivata. È stata infatti lanciata da poco AideXa, la nuova Fintech che si rivolge proprio alle piccole imprese e alle partite IVA con l'obiettivo di semplificare la vita ai 7 milioni di imprenditori che producono la metà del PIL italiano. L'offerta di AideXa è chiara: accesso al credito semplificato, rapidità nell'erogazione dei finanziamenti, massima sicurezza nella gestione dei dati e strumenti di ultima generazione che consentono un'analisi finanziaria accurata e precisa delle imprese. Era da tempo che si avvertiva la necessità di una Fintech come AideXa, che finalmente è arrivata ed è pronta a fornire soluzioniconcrete agli imprenditori, che ora più che mai hanno bisogno di riprendersi dalla crisi. Open Banking, AI e machine learning: il futuro è già quiAideXa riesce ad abbattere i tradizionali ostacoli che PMA e partite IVA hanno sempre incontrato rivolgendosi agli istituti bancari tradizionali, che non sono certo noti per rendere la vita facile agli imprenditori italiani. Queste realtà in Italia sono moltissime eppure fino a poco tempo fa incontravano enormi difficoltà nell'accedere ad un prestito, per via della burocrazia e delle tempistiche estenuanti. La nuova Fintech, promossa da Roberto Nicastro e Federico Sforza, offre finanziamenti rapidi proprio a chi fa impresa e lo riesce a fare grazie alle risorse innovative oggi a disposizione. A partire dall'Open Banking e alla possibilità di condividere i dati bancari introdotta con la PSD2. Questo ha rappresentato una vera e propria rivoluzione nel settore, in quanto è proprio grazie a tale innovazione che AideXa può oggi offrire finanziamenti ad erogazione rapida riducendo al minimo ladocumentazione necessaria per accedervi. La formula X-Instant lanciata dalla Fintech deve il suo successo proprio a questo: l'impresa non deve fare altro che comunicare il proprio numero di partita IVA ed il nome delle banche con cui intrattiene rapporti. A tutto il resto ci pensa AideXa, snellendo di moltissimo tutte le faccende burocratiche connesse alla richiesta del prestito. Non solo: la nuova Fintech conta anche su risorse di ultima generazione come l'Intelligenza Artificiale e la machine learning che consentono di analizzare i dati dei clienti e stabilire livello di rischio,

idoneità al credito e via dicendo. X-Instant: il prestito rapido per PMI e partite IVAX-Instant è il finanziamento rapido offerto da AideXa e pensato appositamente per rispondere alle esigenze delle piccole e medie imprese e delle partite IVA italiane. Parliamo di un prestito a breve termine, con durata di 12 mesi rivolto a tutte le ditte individuali e alle società con fatturato compreso tra i 100.000 ed i 10 milioni di euro. Con X-Instant è possibile richiedere fino a 100.000 euro senzanessuna garanzia in modo semplice, veloce ed estremamente sicuro. La soluzione che tutte le PMI e le partite IVA italiane cercavano da tempo. Per maggiori informazioniSito web: https://www.aidexa.it/

Online

8 aprile 2021
Iltempo.it
https://www.iltempo.it/adnkronos/2021/04/08/news/aidexa-la-nuova-fintech-offre-finanziamenti-rapidi-per-pmi-e-partite-iva-26821499/

AideXa: la nuova Fintech offre finanziamenti rapidi per PMI e Partite IVA

Milano, 8 Aprile 2021. L'accesso al credito è sempre stato un grande problema per le piccole imprese e le partite IVA, che in questo specifico momento storico si trovano ad affrontare difficoltà senza precedenti. In molte occasioni questi soggetti hanno manifestato la necessità di soluzioni rapide e semplificate, che consentissero di ottenere un finanziamento con maggior agilità e oggi la risposta è finalmente arrivata. È stata infatti lanciata da poco AideXa, la nuova Fintech che si rivolge proprio alle piccole imprese e alle partite IVA con l'obiettivo di semplificare la vita ai 7 milioni di imprenditori che producono la metà del PIL italiano. L'offerta di AideXa è chiara: accesso al credito semplificato, rapidità nell'erogazione dei finanziamenti, massima sicurezza nella gestione dei dati e strumenti di ultima generazione che consentono un'analisi finanziaria accurata e precisa delle imprese. Era da tempo che si avvertiva la necessità di una Fintech come AideXa, che finalmente è arrivata ed è pronta a fornire soluzioniconcrete agli imprenditori, che ora più che mai hanno bisogno di riprendersi dalla crisi. Open Banking, AI e machine learning: il futuro è già quiAideXa riesce ad abbattere i tradizionali ostacoli che PMA e partite IVA hanno sempre incontrato rivolgendosi agli istituti bancari tradizionali, che non sono certo noti per rendere la vita facile agli imprenditori italiani. Queste realtà in Italia sono moltissime eppure fino a poco tempo fa incontravano enormi difficoltà nell'accedere ad un prestito, per via della burocrazia e delle tempistiche estenuanti. La nuova Fintech, promossa da Roberto Nicastro e Federico Sforza, offre finanziamenti rapidi proprio a chi fa impresa e lo riesce a fare grazie alle risorse innovative oggi a disposizione. A partire dall'Open Banking e alla

possibilità di condividere i dati bancari introdotta con la PSD2. Questo ha rappresentato una vera e propria rivoluzione nel settore, in quanto è proprio grazie a tale innovazione che AideXa può oggi offrire finanziamenti ad erogazione rapida riducendo al minimo ladocumentazione necessaria per accedervi. La formula X-Instant lanciata dalla Fintech deve il suo successo proprio a questo: l'impresa non deve fare altro che comunicare il proprio numero di partita IVA ed il nome delle banche con cui intrattiene rapporti. A tutto il resto ci pensa AideXa, snellendo di moltissimo tutte le faccende burocratiche connesse alla richiesta del prestito. Non solo: la nuova Fintech conta anche su risorse di ultima generazione come l'Intelligenza Artificiale e la machine learning che consentono di analizzare i dati dei clienti e stabilire livello di rischio, idoneità al credito e via dicendo. X-Instant: il prestito rapido per PMI e partite IVAX-Instant è il finanziamento rapido offerto da AideXa e pensato appositamente per rispondere alle esigenze delle piccole e medie imprese e delle partite IVA italiane. Parliamo di un prestito a breve termine, con durata di 12 mesi rivolto a tutte le ditte individuali e alle società con fatturato compreso tra i 100.000 ed i 10 milioni di euro. Con X-Instant è possibile richiedere fino a 100.000 euro senzanessuna garanzia in modo semplice, veloce ed estremamente sicuro. La soluzione che tutte le PMI e le partite IVA italiane cercavano da tempo. Per maggiori informazioniSito web: https://www.aidexa.it/

Online

8 aprile 2021
Liberoquotidiano.it
https://www.liberoquotidiano.it/news/adnkronos/26821496/aidexa- la-nuova-fintech-offre-finanziamenti-rapidi-per-pmi-e-partite-iva.html

AideXa: la nuova Fintech offre finanziamenti rapidi per PMI e Partite IVA

Milano, 8 Aprile 2021. L'accesso al credito è sempre stato un grande problema per le piccole imprese e le partite IVA, che in questo specifico momento storico si trovano ad affrontare difficoltà senza precedenti. In molte occasioni questi soggetti hanno manifestato la necessità di soluzioni rapide e semplificate, che consentissero di ottenere un finanziamento con maggior agilità e oggi la risposta è finalmente arrivata. È stata infatti lanciata da poco AideXa, la nuova Fintech che si rivolge proprio alle piccole imprese e alle partite IVA con l'obiettivo di semplificare la vita ai 7 milioni di imprenditori che producono la metà del PIL italiano. L'offerta di AideXa è chiara: accesso al credito semplificato, rapidità nell'erogazione dei finanziamenti, massima sicurezza nella gestione dei dati e strumenti di ultima generazione che consentono un'analisi finanziaria accurata e precisa delle imprese. Era da tempo che si avvertiva la necessità di una

Fintech come AideXa, che finalmente è arrivata ed è pronta a fornire soluzioniconcrete agli imprenditori, che ora più che mai hanno bisogno di riprendersi dalla crisi. Open Banking, AI e machine learning: il futuro è già quiAideXa riesce ad abbattere i tradizionali ostacoli che PMA e partite IVA hanno sempre incontrato rivolgendosi agli istituti bancari tradizionali, che non sono certo noti per rendere la vita facile agli imprenditori italiani. Queste realtà in Italia sono moltissime eppure fino a poco tempo fa incontravano enormi difficoltà nell'accedere ad un prestito, per via della burocrazia e delle tempistiche estenuanti. La nuova Fintech, promossa da Roberto Nicastro e Federico Sforza, offre finanziamenti rapidi proprio a chi fa impresa e lo riesce a fare grazie alle risorse innovative oggi a disposizione. A partire dall'Open Banking e alla possibilità di condividere i dati bancari introdotta con la PSD2. Questo ha rappresentato una vera e propria rivoluzione nel settore, in quanto è proprio grazie a tale innovazione che AideXa può oggi offrire finanziamenti ad erogazione rapida riducendo al minimo ladocumentazione necessaria per accedervi. La formula X-Instant lanciata dalla Fintech deve il suo successo proprio a questo: l'impresa non deve fare altro che comunicare il proprio numero di partita IVA ed il nome delle banche con cui intrattiene rapporti. A tutto il resto ci pensa AideXa, snellendo di moltissimo tutte le faccende burocratiche connesse alla richiesta del prestito. Non solo: la nuova Fintech conta anche su risorse di ultima generazione come l'Intelligenza Artificiale e la machine learning che consentono di analizzare i dati dei clienti e stabilire livello di rischio, idoneità al credito e via dicendo. X-Instant: il prestito rapido per PMI e partite IVAX-Instant è il finanziamento rapido offerto da AideXa e pensato appositamente per rispondere alle esigenze delle piccole e medie imprese e delle partite IVA italiane. Parliamo di un prestito a breve termine, con durata di 12 mesi rivolto a tutte le ditte individuali e alle società con fatturato compreso tra i
100.000 ed i 10 milioni di euro. Con X-Instant è possibile richiedere fino a 100.000 euro senzanessuna garanzia in modo semplice, veloce ed estremamente sicuro. La soluzione che tutte le PMI e le partite IVA italiane cercavano da tempo. Per maggiori informazioniSito web: https://www.aidexa.it/

Online

8 aprile 2021
Economymagazine.it
https://www.economymagazine.it/comunicati/2021/04/08/news/aidexa- la-nuova-fintech-offre-finanziamenti-rapidi-per-pmi-e-partite-iva- 48896/

AideXa: la nuova Fintech offre finanziamenti rapidi per PMI e Partite IVA

L'accesso al credito è sempre stato un grande problema per le piccole imprese e le partite IVA, che in questo specifico momento storico si trovano ad affrontare difficoltà senza precedenti. In molte occasioni questi soggetti hanno manifestato la necessità di soluzioni rapide e semplificate, che consentissero di ottenere un finanziamento con maggior agilità e oggi la risposta è finalmente arrivata. È stata infatti lanciata da poco AideXa, la nuova Fintech che si rivolge proprio alle piccole imprese e alle partite IVA con l'obiettivo di semplificare la vita ai 7 milioni di imprenditori che producono la metà del PIL italiano.
L'offerta di AideXa è chiara: accesso al credito semplificato, rapidità nell'erogazione dei finanziamenti, massima sicurezza nella gestione dei dati e strumenti di ultima generazione che consentono un'analisi finanziaria accurata e precisa delle imprese. Era da tempo che si avvertiva la necessità di una Fintech come AideXa, che finalmente è arrivata ed è pronta a fornire soluzioniconcrete agli imprenditori, che ora più che mai hanno bisogno di riprendersi dalla crisi.

Open Banking, AI e machine learning: il futuro è già qui

AideXa riesce ad abbattere i tradizionali ostacoli che PMA e partite IVA hanno sempre incontrato rivolgendosi agli istituti bancari tradizionali, che non sono certo noti per rendere la vita facile agli imprenditori italiani. Queste realtà in Italia sono moltissime eppure fino a poco tempo fa incontravano enormi difficoltà nell'accedere ad un prestito, per via della burocrazia e delle tempistiche estenuanti.

La nuova Fintech, promossa da Roberto Nicastro e Federico Sforza, offre finanziamenti rapidi proprio a chi fa impresa e lo riesce a fare grazie alle risorse innovative oggi a disposizione. A partire dall'Open Banking e alla possibilità di condividere i dati bancari introdotta con la PSD2. Questo ha rappresentato una vera e propria rivoluzione nel settore, in quanto è proprio grazie a tale innovazione che AideXa può oggi offrire finanziamenti ad erogazione rapida riducendo al minimo ladocumentazione necessaria per accedervi. La formula X-Instant lanciata dalla Fintech deve il suo successo proprio a questo: l'impresa non deve fare altro che comunicare il proprio numero di partita IVA ed il nome delle banche con cui intrattiene rapporti. A tutto il resto ci pensa AideXa, snellendo di moltissimo tutte le faccende burocratiche connesse alla richiesta del prestito.

Non solo: la nuova Fintech conta anche su risorse di ultima generazione come l'Intelligenza Artificiale e la machine learning che consentono di analizzare i dati dei clienti e stabilire livello di rischio, idoneità al credito e via dicendo.

X-Instant: il prestito rapido per PMI e partite IVA

X-Instant è il finanziamento rapido offerto da AideXa e pensato appositamente per rispondere alle esigenze delle piccole e medie imprese e delle partite IVA italiane. Parliamo di un prestito a breve termine, con durata di 12 mesi rivolto a tutte le ditte individuali e alle società con fatturato compreso tra i 100.000 ed i 10 milioni di euro. Con X-Instant è possibile richiedere fino a 100.000 euro senzanessuna garanzia in modo semplice, veloce ed estremamente sicuro. La soluzione che tutte le PMI e le partite IVA italiane cercavano da tempo.

Per maggiori informazioni

Sito web: https://www.aidexa.it/

Online

8 aprile 2021
Fortuneita.com
https://www.fortuneita.com/2021/04/08/aidexa-la-nuova-fintech-offre-finanziamenti-rapidi-per-pmi-e-partite-iva/

AideXa: la nuova Fintech offre finanziamenti rapidi per PMI e Partite IVA

L'accesso al credito è sempre stato un grande problema per le piccole imprese e le partite IVA, che in questo specifico momento storico si trovano ad affrontare difficoltà senza precedenti. In molte occasioni questi soggetti hanno manifestato la necessità di soluzioni rapide e semplificate, che consentissero di ottenere un finanziamento con maggior agilità e oggi la risposta è finalmente arrivata. È stata infatti lanciata da poco AideXa, la nuova Fintech che si rivolge proprio alle piccole imprese e alle partite IVA con l'obiettivo di semplificare la vita ai 7 milioni di imprenditori che producono la metà del PIL italiano.
L'offerta di AideXa è chiara: accesso al credito semplificato, rapidità nell'erogazione dei finanziamenti, massima sicurezza nella gestione dei dati e strumenti di ultima generazione che consentono un'analisi finanziaria accurata e precisa delle imprese. Era da tempo che si avvertiva la necessità di una Fintech come AideXa, che finalmente è arrivata ed è pronta a fornire soluzioniconcrete agli imprenditori, che ora più che mai hanno bisogno di riprendersi dalla crisi.

Open Banking, AI e machine learning: il futuro è già qui

AideXa riesce ad abbattere i tradizionali ostacoli che PMA e partite IVA hanno sempre incontrato rivolgendosi agli istituti bancari tradizionali, che non sono certo noti per rendere la vita facile agli imprenditori italiani. Queste realtà in Italia sono moltissime eppure fino a poco tempo fa incontravano enormi difficoltà nell'accedere ad un prestito, per via della burocrazia e delle tempistiche estenuanti.

La nuova Fintech, promossa da Roberto Nicastro e Federico Sforza, offre finanziamenti rapidi proprio a chi fa impresa e lo riesce a fare grazie alle risorse innovative oggi a disposizione. A partire dall'Open Banking e alla possibilità di condividere i dati bancari introdotta con la PSD2. Questo ha rappresentato una vera e propria rivoluzione nel settore, in quanto è proprio grazie a tale innovazione che AideXa può oggi offrire finanziamenti ad erogazione rapida riducendo al minimo ladocumentazione necessaria per accedervi. La formula X-Instant lanciata dalla Fintech deve il suo successo proprio a questo: l'impresa non deve fare altro che comunicare il proprio numero di partita IVA ed il nome delle banche con cui intrattiene rapporti. A tutto il resto ci pensa AideXa, snellendo di moltissimo tutte le faccende burocratiche connesse alla richiesta del prestito.

Non solo: la nuova Fintech conta anche su risorse di ultima generazione come l'Intelligenza Artificiale e la machine learning che consentono di analizzare i dati dei clienti e stabilire livello di rischio, idoneità al credito e via dicendo.

X-Instant: il prestito rapido per PMI e partite IVA

X-Instant è il finanziamento rapido offerto da AideXa e pensato appositamente per rispondere alle esigenze delle piccole e medie imprese e delle partite IVA italiane. Parliamo di un prestito a breve termine, con durata di 12 mesi rivolto a tutte le ditte individuali e alle società con fatturato compreso tra i 100.000 ed i 10 milioni di euro. Con X-Instant è possibile richiedere fino a 100.000 euro senzanessuna garanzia in modo semplice, veloce ed estremamente sicuro. La soluzione che tutte le PMI e le partite IVA italiane cercavano da tempo.

Online

8 aprile 2021
Corrierediarezzo.it
https://corrierediarezzo.corr.it/news/adnkronos/26821498/aidexa- la-nuova-fintech-offre-finanziamenti-rapidi-per-pmi-e-partite-iva.html

AideXa: la nuova Fintech offre finanziamenti rapidi per PMI e Partite IVA

Milano, 8 Aprile 2021. L'accesso al credito è sempre stato un grande problema per le piccole imprese e le partite IVA, che in questo specifico momento storico si trovano ad affrontare difficoltà senza precedenti. In molte occasioni questi soggetti hanno manifestato la necessità di soluzioni rapide e semplificate, che consentissero di ottenere un finanziamento con maggior agilità e oggi la risposta è finalmente arrivata. È stata infatti lanciata da poco AideXa, la nuova Fintech che si rivolge proprio alle piccole imprese e alle partite IVA con l'obiettivo di semplificare la vita ai 7 milioni di imprenditori che producono la metà del PIL italiano. L'offerta di AideXa è

chiara: accesso al credito semplificato, rapidità nell'erogazione dei finanziamenti, massima sicurezza nella gestione dei dati e strumenti di ultima generazione che consentono un'analisi finanziaria accurata e precisa delle imprese. Era da tempo che si avvertiva la necessità di una Fintech come AideXa, che finalmente è arrivata ed è pronta a fornire soluzioniconcrete agli imprenditori, che ora più che mai hanno bisogno di riprendersi dalla crisi. Open Banking, AI e machine learning: il futuro è già quiAideXa riesce ad abbattere i tradizionali ostacoli che PMA e partite IVA hanno sempre incontrato rivolgendosi agli istituti bancari tradizionali, che non sono certo noti per rendere la vita facile agli imprenditori italiani. Queste realtà in Italia sono moltissime eppure fino a poco tempo fa incontravano enormi difficoltà nell'accedere ad un prestito, per via della burocrazia e delle tempistiche estenuanti. La nuova Fintech, promossa da Roberto Nicastro e Federico Sforza, offre finanziamenti rapidi proprio a chi fa impresa e lo riesce a fare grazie alle risorse innovative oggi a disposizione. A partire dall'Open Banking e alla possibilità di condividere i dati bancari introdotta con la PSD2. Questo ha rappresentato una vera e propria rivoluzione nel settore, in quanto è proprio grazie a tale innovazione che AideXa può oggi offrire finanziamenti ad erogazione rapida riducendo al minimo ladocumentazione necessaria per accedervi. La formula X-Instant lanciata dalla Fintech deve il suo successo proprio a questo: l'impresa non deve fare altro che comunicare il proprio numero di partita IVA ed il nome delle banche con cui intrattiene rapporti. A tutto il resto ci pensa AideXa, snellendo di moltissimo tutte le faccende burocratiche connesse alla richiesta del prestito. Non solo: la nuova Fintech conta anche su risorse di ultima generazione come l'Intelligenza Artificiale e la machine learning che consentono di analizzare i dati dei clienti e stabilire livello di rischio, idoneità al credito e via dicendo. X-Instant: il prestito rapido per PMI e partite IVAX-Instant è il finanziamento rapido offerto da AideXa e pensato appositamente per rispondere alle esigenze delle piccole e medie imprese e delle partite IVA italiane. Parliamo di un prestito a breve termine, con durata di 12 mesi rivolto a tutte le ditte individuali e alle società con fatturato compreso tra i
100.000 ed i 10 milioni di euro. Con X-Instant è possibile richiedere fino a 100.000 euro senzanessuna garanzia in modo semplice, veloce ed estremamente sicuro. La soluzione che tutte le PMI e le partite IVA italiane cercavano da tempo. Per maggiori informazioniSito web: https://www.aidexa.it/

Online

8 aprile 2021
Lasicilia.it
https://www.lasicilia.it/take/ultima-ora/405761/aidexa-la-nuova-fintech-offre-finanziamenti-rapidi-per-pmi-e-partite-iva.html

AideXa: la nuova Fintech offre finanziamenti rapidi per PMI e Partite IVA

L’offerta di AideXa è chiara: accesso al credito semplificato, rapidità nell’erogazione dei finanziamenti, massima sicurezza nella gestione dei dati e strumenti di ultima generazione che consentono un’analisi finanziaria accurata e precisa delle imprese. Era da tempo che si avvertiva la necessità di una Fintech come AideXa, che finalmente è arrivata ed è pronta a fornire soluzioniconcrete agli imprenditori, che ora più che mai hanno bisogno di riprendersi dalla crisi.

Open Banking, AI e machine learning: il futuro è già qui

AideXa riesce ad abbattere i tradizionali ostacoli che PMA e partite IVA hanno sempre incontrato rivolgendosi agli istituti bancari tradizionali, che non sono certo noti per rendere la vita facile agli imprenditori italiani. Queste realtà in Italia sono moltissime eppure fino a poco tempo fa incontravano enormi difficoltà nell’accedere ad un prestito, per via della burocrazia e delle tempistiche estenuanti.

La nuova Fintech, promossa da Roberto Nicastro e Federico Sforza, offre finanziamenti rapidi proprio a chi fa impresa e lo riesce a fare grazie alle risorse innovative oggi a disposizione. A partire dall’Open Banking e alla possibilità di condividere i dati bancari introdotta con la PSD2. Questo ha rappresentato una vera e propria rivoluzione nel settore, in quanto è proprio grazie a tale innovazione che AideXa può oggi offrire finanziamenti ad erogazione rapida riducendo al minimo ladocumentazione necessaria per accedervi. La formula X-Instant lanciata dalla Fintech deve il suo successo proprio a questo: l’impresa non deve fare altro che comunicare il proprio numero di partita IVA ed il nome delle banche con cui intrattiene rapporti. A tutto il resto ci pensa AideXa, snellendo di moltissimo tutte le faccende burocratiche connesse alla richiesta del prestito.

Non solo: la nuova Fintech conta anche su risorse di ultima generazione come l’Intelligenza Artificiale e la machine learning che consentono di analizzare i dati dei clienti e stabilire livello di rischio, idoneità al credito e via dicendo.

X-Instant: il prestito rapido per PMI e partite IVA

X-Instant è il finanziamento rapido offerto da AideXa e pensato appositamente per rispondere alle esigenze delle piccole e medie imprese e delle partite IVA italiane. Parliamo di un prestito a breve termine, con durata di 12 mesi rivolto a tutte le ditte individuali e alle società con fatturato compreso tra i 100.000 ed i 10 milioni di euro. Con X-Instant è possibile richiedere fino a 100.000 euro senzanessuna garanzia in modo semplice, veloce ed estremamente sicuro. La soluzione che tutte le PMI e le partite IVA italiane cercavano da tempo.

Online

8 aprile 2021
Lavocedinovara.com
https://www.lavocedinovara.com/adnkronos/immedia/aidexa-la-nuova-fintech-offre-finanziamenti-rapidi-per-pmi-e-partite-iva/

AideXa: la nuova Fintech offre finanziamenti rapidi per PMI e Partite IVA

L'accesso al credito è sempre stato un grande problema per le piccole imprese e le partite IVA, che in questo specifico momento storico si trovano ad affrontare difficoltà senza precedenti. In molte occasioni questi soggetti hanno manifestato la necessità di soluzioni rapide e semplificate, che consentissero di ottenere un finanziamento con maggior agilità e oggi la risposta è finalmente arrivata. È stata infatti lanciata da poco AideXa, la nuova Fintech che si rivolge proprio alle piccole imprese e alle partite IVA con l'obiettivo di semplificare la vita ai 7 milioni di imprenditori che producono la metà del PIL italiano.
L'offerta di AideXa è chiara: accesso al credito semplificato, rapidità nell'erogazione dei finanziamenti, massima sicurezza nella gestione dei dati e strumenti di ultima generazione che consentono un'analisi finanziaria accurata e precisa delle imprese. Era da tempo che si avvertiva la necessità di una Fintech come AideXa, che finalmente è arrivata ed è pronta a fornire soluzioniconcrete agli imprenditori, che ora più che mai hanno bisogno di riprendersi dalla crisi.

Open Banking, AI e machine learning: il futuro è già qui

AideXa riesce ad abbattere i tradizionali ostacoli che PMA e partite IVA hanno sempre incontrato rivolgendosi agli istituti bancari tradizionali, che non sono certo noti per rendere la vita facile agli imprenditori italiani. Queste realtà in Italia sono moltissime eppure fino a poco tempo fa incontravano enormi difficoltà nell'accedere ad un prestito, per via della burocrazia e delle tempistiche estenuanti.

La nuova Fintech, promossa da Roberto Nicastro e Federico Sforza, offre finanziamenti rapidi proprio a chi fa impresa e lo riesce a fare grazie alle risorse innovative oggi a disposizione. A partire dall'Open Banking e alla possibilità di condividere i dati bancari introdotta con la PSD2. Questo ha rappresentato una vera e propria rivoluzione nel settore, in quanto è proprio grazie a tale innovazione che AideXa può oggi offrire finanziamenti ad erogazione rapida riducendo al minimo ladocumentazione necessaria per accedervi. La formula X-Instant lanciata dalla Fintech deve il suo successo proprio a questo: l'impresa non deve fare altro che comunicare il proprio numero di partita IVA ed il nome delle banche con cui intrattiene rapporti. A tutto il resto ci pensa AideXa, snellendo di moltissimo tutte le faccende burocratiche connesse alla richiesta del prestito.

Non solo: la nuova Fintech conta anche su risorse di ultima generazione come l'Intelligenza Artificiale e la machine learning che consentono di analizzare i dati dei clienti e stabilire livello di rischio, idoneità al credito e via dicendo.

X-Instant: il prestito rapido per PMI e partite IVA

X-Instant è il finanziamento rapido offerto da AideXa e pensato appositamente per rispondere alle esigenze delle piccole e medie imprese e delle partite IVA italiane. Parliamo di un prestito a breve termine, con durata di 12 mesi rivolto a tutte le ditte individuali e alle società con fatturato compreso tra i 100.000 ed i 10 milioni di euro. Con X-Instant è possibile richiedere fino a 100.000 euro senzanessuna garanzia in modo semplice, veloce ed estremamente sicuro. La soluzione che tutte le PMI e le partite IVA italiane cercavano da tempo.

Online

9 aprile 2021
Ilgiornaleditalia.it
https://www.ilgiornaleditalia.it/news/economia/137024/aidexa-tecnologia-e-velocita-per-la-crescita-delle-piccole-e-medie-imprese.html

AideXa: tecnologia e velocità per la crescita delle piccole e medie imprese

Sforza: 'Le PMI sono la colonna portate dell'economia, la nostra mission è quella di facilitare ai loro imprenditori, l'accesso al credito immediato, grazie alle opportunità offerte dalle tecnologie e dall'Open banking'

AideXa: tecnologia e velocità per la crescita delle piccole e medie imprese

Oggi dove tutto sembra chiuso e rallentato, nasce un progetto finanziario che ha come obiettivo facilitare il lavoro e la crescita, tramite la tecnologia e la velocità, delle piccole medie imprese, messe in ginocchio dalla situazione pandemica attuale. In piena emergenza sanitaria a marzo 2020 nasce **Aidexa**, la **fintech italiana** dedicata completamente alle piccole imprese e partite iva. A crearla e guidarla il Presidente **Roberto Nicastro** e il Ceo **Federico Sforza** e che vede tra gli azionisti alcuni dei più importanti player finanziari nazionali (come Generali, Sella e Ifis). **AideXa** vuole essere una risposta ai bisogni di molti imprenditori italiani. Secondo i recenti dati ISTAT infatti, nel 2020 una piccola impresa su due ha fatto ricorso al credito bancario, riscontrando non poche criticità soprattutto per i tempi di risposta delle banche e per tutta la burocrazia che ne consegue. **Federico Sforza** Ceo di **AideXa** spiega a Il Giornale D'Italia l'innovazione e la mission del nuovo istituto di credito fintech italiano.

- **AideXa ha come mission semplificare l'accesso al credito alle piccole imprese, come è possibile farlo?**
Siamo una fintech italiana dedicata alle piccole imprese e partite iva italiane. Il nome è stato creato con la volontà di comunicare già nel brand quello che è il suo spirito, l'ideazione per gli imprenditori, l'innovazione tecnologica con la X e l'utilizzo dei dati dell'intelligenza artificiale per dare servizi semplici e veloci agli imprenditori. **La nostra missione è proprio quella facilitare gli imprenditori all'accesso al credito immediato, istantaneo, grazie alle opportunità offerte dalle tecnologie e dall'Open banking**. L'idea è nata da una serie di promotori del

mondo bancario e fintech, tra cui me e il Presidente Roberto Nicastro e nasce dalle nostre esperienze precedenti e dalla percezione di bisogni non soddisfatti per gli imprenditori. Nel corso dell'ultimo anno abbiamo comprato una finanziaria, abbiamo chiuso quel business e costruito la nuova piattaforma di AideXa.

-L'innovazione di AideXa è entrata in gioco subito attraverso il prestito istantaneo "X Instant", in cosa consiste?

Si tratta di un finanziamento fino a 100mila euro non garantito, che consente la risposta in tempo reale all'imprenditore, con un approccio molto semplice. Basta mettere la partita iva, collegare i conti corrente che l'imprenditore possiede presso le altre banche e grazie all'utilizzo dei dati, diamo una risposta in tempo reale, diciamo all'imprenditore quanto può prendere a quali tassi, in modo semplice e trasparente.

-Concretamente come aiutate il piccolo e medio imprenditore?
Noi offriamo un prodotto che dà finanziamento a breve termine. Uno degli aspetti che ci distinguono da altre realtà è che diamo una risposta immediatamente e questo è molto distintivo, è il primo prodotto che nasce sull'Open banking quindi sul fatto di utilizzare i dati bancari per poter fare questo tipo di proposta. Nel concreto guadiamo i dati e i flussi di cassa reali dell'impresa, in particolare degli ultimi dodici mesi. Con la pandemia una banca normale ci mette una trentina di giorni a dare una risposta sul credito e soprattutto si trovano in imbarazzo in alcuni settori che son stati più impattati dalla pandemia, come ad esempio la ristorazione, il mondo del travel e difficilmente concedono il credito perché c'è molta incertezza. Quello che noi facciamo di diverso è che ricostruiamo i flussi di cassa reale dell'impresa nell'ultimo anno, andiamo così a vedere chi ha saputo reagire in maniera positiva al Covid, facendo leva sui circuiti digitali, ad esempio per quanto riguarda i ristoratori, pubblicando i loro menù online per fare le consegne a domicilio. Aiutiamo questi imprenditori meritevoli dando una risposta immediata.

-Quali sono stati gli effetti del Covid su questo tipo di realtà di settore?
Siamo nati in epoca di pandemia che ha portato con sé un paio di fenomeni di cambiamento, come la digitalizzazione, che ha portato i privati e il mondo delle imprese ad abituarsi al digitale e dialogare da remoto. Lavorare in remoto per noi è un fattore che ha influito positivamente. L'altro fattore che ha impattato è l'accesso difficile al credito, avendo noi sempre creduto dalle possibilità dell'Open banking, ha paradossalmente avuto un effetto positivo, perché siamo maggiormente in grado di individuare gli imprenditori più meritevoli. Cambiamento importante simile a quello che portò la legge Bersani nel mondo assicurativo, che aveva consentito di utilizzare un dato di proprietà del cliente e questo creò concorrenza. Nel mondo bancario sta succedendo una cosa simile, l'Open banking consente ai clienti di utilizzare i propri dati e ricevere le quotazioni migliori.

-Come è possibile oggi facilitare con la tecnologia il lavoro dell'imprenditore nello sviluppo dei suoi progetti e della sua azienda e a che punto è l'Open banking in Italia?
L'imprenditore ha bisogno di risposte rapide e di velocità soprattutto in questo contesto, ha bisogno di capire se ha o no accesso al credito e a quali condizioni, non ha tempo da perdere. La tecnologia viene a suo beneficio in questo modo, noi solo con partita iva e connessione ai dati delle altre banche diamo risposta in tempo reale e questo fa una differenza enorme, entro 24-48 ore i liquidi sono sul conto dell'imprenditore e la primissima differenza portata dalla tecnologia e i dati è proprio la velocità. Questo mondo però è ancora agli inizi, stiamo riscontrando che pur essendo obbligatorio, la maggior parte dei sistemi che devono dare i dati, in alcune situazioni e istituti ancora non funzionano per problemi tecnologici, è una rivoluzione ancora all'inizio ma che non è destinata a fermarsi.

-Come si svilupperà tutto questo in futuro con la grande richiesta di digitalizzazione voluta dall'Italia e dall'Europa?
Ci sono tante reazioni che vanno tutte nello stesso senso. Bisogna trovare il giusto equilibrio alla nascita di operatori fintech ovviamente con alcuni aspetti di regolamentazione a tutela dei consumatori. E quindi sia a livello europeo, l'Open banking è una delle dimostrazioni, ma anche la nuova regolamentazione sulle fintech bank che è stata approvata un paio di anni fa, sia a livello nazionale. Molto recente infatti è la creazione di una unità dedicata di Banca D'Italia che lavora insieme alle fintech per trovare quel giusto equilibrio per evitare fenomeni che vanno a discapito dei consumatori.

- **In AideXa esiste un costante rafforzamento del team, puntando sull'importanza della parità di genere, ultimo esempio l'adesione alla campagna "No Women no Panel", quanto sono importanti per voi questi temi?**
Noi siamo stati fin dall'inizio molto convinti di essere un'azienda che aveva nella diversity il suo punto di forza e quindi siamo stati focalizzati a creare un team diverso da tutti i punti di vista. La parità di genereè uno di questi, abbiamo più o meno il 50% di donne all'interno del team e questo è di grandissimo rilievo. L'idea di diversity si esprime anche nelle competenze e nelle esperienze del team, abbiamo delle risorse che arrivano da vari mondi, come le banche e il digitale. Ci sono delle competenze diverse tra loro e oltre a questo, continuiamo però ad assumere talenti in un contesto di parità.

-Come crede che opererà il Governo Draghi per le imprese?
Posso dire che questo cambiamento come start up ha portato comunque ad una rinnovata fiducia nei confronti dell'Italia, negli ultimi mesi c'è un'attenzione crescente dei capitali esteri verso il nostro Paese. Questa è una prospettiva positiva per una azienda e non è stato sempre così, c'era una sorta di riluttanza nel mondo fintech. E in questo mondo le imprese italiane hanno grande potenzialità e qui devono continuare l'opera importante a supporto della ripresa del Paese. Speriamo che la pandemia possa essere sotto controllo in tempi brevi, così da facilitare una ripresa rapida ed efficace. Spero che alcuni dei fondi del Recovery plan siano dedicati al mondo delle piccole e medie imprese che ne hanno bisogno, queste sono la colonna portate dell'economia e rappresentano 50% del pil, sono il motore dello sviluppo del Paese. Sapere scegliere i settori dove investire è importante e implica dove puntare a livello di politica industriale, per supportare la rinascita del Paese.

Online

13 aprile 2021
Politicamentecorretto.com
https://www.politicamentecorretto.com/2021/04/13/impegno-per-la-parita-di-genere-nella-rappresentazione-del-sapere/

Impegno per la parità di genere nella rappresentazione del sapere

Impegno pubblico a favore della parità di genere negli eventi: anche Aidexa, Comin & Partners, Gruppo Ersel, TIM, WINDTRE aderiscono all'iniziativa lanciata dall'Associazione M&M già firmata da 24 ORE Eventi, Banca Generali, Banco BPM, Credimi, Eni gas e luce, Epic, Gruppo Sella, ItaliaFintech, Leonardo, Luiss Data Lab, Snam, Vodafone Italia

Milano, 13 aprile 2021 – Anche Aidexa, Comin & Partners, Gruppo Ersel, TIM e WINDTRE si uniscono all'iniziativa dell'Associazione M&M – Idee per un Paese migliore, impegnandosi a informarsi su chi siano gli speaker e se e quanto sia assicurata una rappresentazione equilibrata tra i generi, promuovendo quando necessario un riequilibrio e offrendo soluzioni in questo senso. Salgono così a 17 le istituzioni e aziende del Paese che hanno aderito all'impegno, tra le quali: 24 ORE Eventi, Banca Generali, Banco BPM, Credimi, Eni gas e luce, Epic, Gruppo Sella, ItaliaFintech, Leonardo, Luiss Data Lab, Snam e Vodafone Italia.

Un’iniziativa importante per garantire la diversità di genere e l’inclusione nell’ambito di tutti gli eventi soprattutto in Italia, dove questa buona pratica è sovente ignorata. Un dato che emerge dal “Gender Diversity &Inclusion in Events Report”, stilato nel 2018 da Bizzabo – startup israeliana attiva nel settore degli eventi – che ha analizzato la diversità di genere di oltre 60.000 relatori in un periodo di sei anni (2013- 2018) nell’ambito dei più importanti eventi tenutisi in 23 Paesi nei settori più disparati. Se infatti in media la proporzione di relatori uomini si attestava al 69%, il dato italiano saliva all’85%, posizionando il nostro Paese quartultimo in classifica per presenza di donne relatrici (davanti solo a Grecia, Belgio e Polonia).

L’Associazione M&M, costituita da persone libere e appassionate alla «cosa pubblica», riunisce una comunità di manager, economisti, scienziati, diplomatici, giornalisti, dirigenti pubblici, rappresentanti del terzo settore, imprenditori e accademici, e sta lavorando attivamente a progetti di policy su aspetti economici legati alla risposta alla pandemia, su questioni di rigenerazione urbana e su temi di occupazione femminile ed empowerment di genere.

Ed è proprio in quest’ultimo filone che l’Associazione ha lanciato un appello perché i soci, le imprese e le istituzioni si impegnino a garantire un’adeguata rappresentanza di genere negli eventi e nelle manifestazioni pubbliche che organizzano o a cui partecipano, qualunque sia la loro natura: programmi televisivi e radio, webinar, task force e comitati.

“Siamo lieti che sempre più imprese continuino ad aderire a questa iniziativa – ha dichiarato Fabrizio Pagani, Presidente dell’Associazione – perché riteniamo che non sia più accettabile affidare la rappresentazione del sapere solo a uomini. L’uguaglianza di genere deve essere assicurata anche e soprattutto quando le competenze sono espresse in momenti pubblici come sui media, in eventi o convegni. Proprio per questo lo scorso anno la nostra Associazione ha deciso di lanciare questo impegno pubblico e non possiamo che essere soddisfatti di avere raccolto l’adesione di 17 tra le istituzioni e le imprese più importanti del Paese. I fatti ci insegnano che le buone intenzioni non sono sufficienti. Agire è fondamentale per avviare quel cambiamento culturale necessario per approdare a una concreta uguaglianza di genere nella rappresentazione della conoscenza e del sapere.”

Per sostenere chiunque aderisca all’iniziativa, ma anche gli organizzatori di eventi, l’Associazione offre supporto nell’individuazione di panelist donne oltre che l’accesso a risorse del network di M&M che possano aiutare a migliorare la rappresentanza di genere.

All’indirizzo http://www.associazionemandm.org/iniziative/impegno-per-la-parita-di-genere-nella-rappresentazione-del-sapere è consultabile l’elenco sempre aggiornato dei soci di M&M – Idee per un Paese migliore che hanno aderito alla versione di quest’appello promossa dall’associazione

Online

13 aprile 2021
Udite-udite.it
https://udite-udite.it/2021/04/impegno-per-la-parita-di-genere-nella-rappresentazione-del-sapere/

Impegno per la parità di genere nella rappresentazione del sapere

Impegno pubblico a favore della parità di genere negli eventi: anche Aidexa, Comin & Partners, Gruppo Ersel, TIM, WINDTRE aderiscono all'iniziativa lanciata dall'Associazione M&M già firmata da 24 ORE Eventi, Banca Generali, Banco BPM, Credimi, Eni gas e luce, Epic, Gruppo Sella, ItaliaFintech, Leonardo, Luiss Data Lab, Snam, Vodafone Italia

Anche Aidexa, Comin & Partners, Gruppo Ersel, TIM e WINDTRE si uniscono all'iniziativa dell'Associazione M&M – Idee per un Paese migliore, impegnandosi a informarsi su chi siano gli speaker e se e quanto sia assicurata una rappresentazione equilibrata tra i generi, promuovendo quando necessario un riequilibrio e offrendo soluzioni in questo senso. Salgono così a 17 le istituzioni e aziende del Paese che hanno aderito all'impegno, tra le quali: 24 ORE Eventi, Banca Generali, Banco BPM, Credimi, Eni gas e luce, Epic, Gruppo Sella, ItaliaFintech, Leonardo, Luiss Data Lab, Snam e Vodafone Italia.

Un'iniziativa importante per garantire la diversità di genere e l'inclusione nell'ambito di tutti gli eventi soprattutto in Italia, dove questa buona pratica è sovente ignorata. Un dato che emerge dal "Gender Diversity &Inclusion in Events Report", stilato nel 2018 da Bizzabo – startup israeliana attiva nel settore degli eventi – che ha analizzato la diversità di genere di oltre 60.000 relatori in un periodo di sei anni (2013- 2018) nell'ambito dei più importanti eventi tenutisi in 23 Paesi nei settori più disparati. Se infatti in media la proporzione di relatori uomini si attestava al 69%, il dato italiano saliva all'85%, posizionando il nostro Paese quartultimo in classifica per presenza di donne relatrici (davanti solo a Grecia, Belgio e Polonia).

L'Associazione M&M, costituita da persone libere e appassionate alla «cosa pubblica», riunisce una comunità di manager, economisti, scienziati, diplomatici, giornalisti, dirigenti pubblici, rappresentanti del terzo settore, imprenditori e accademici, e sta lavorando attivamente a progetti di policy su aspetti economici legati alla risposta alla pandemia, su questioni di rigenerazione urbana e su temi di occupazione femminile ed empowerment di genere.

Ed è proprio in quest'ultimo filone che l'Associazione ha lanciato un appello perché i soci, le imprese e le istituzioni si impegnino a garantire un'adeguata rappresentanza di genere negli eventi e nelle manifestazioni pubbliche che organizzano o a cui partecipano, qualunque sia la loro natura: programmi televisivi e radio, webinar, task force e comitati.

"Siamo lieti che sempre più imprese continuino ad aderire a questa iniziativa – ha dichiarato Fabrizio Pagani, Presidente dell'Associazione – perché riteniamo che non sia più accettabile affidare la rappresentazione del sapere solo a uomini. L'uguaglianza di genere deve essere assicurata anche e soprattutto quando le competenze sono espresse in momenti pubblici come sui media, in eventi o convegni. Proprio per questo lo scorso anno la nostra Associazione ha

deciso di lanciare questo impegno pubblico e non possiamo che essere soddisfatti di avere raccolto l'adesione di 17 tra le istituzioni e le imprese più importanti del Paese. I fatti ci insegnano che le buone intenzioni non sono sufficienti. Agire è fondamentale per avviare quel cambiamento culturale necessario per approdare a una concreta uguaglianza di genere nella rappresentazione della conoscenza e del sapere."

Per sostenere chiunque aderisca all'iniziativa, ma anche gli organizzatori di eventi, l'Associazione offre supporto nell'individuazione di panelist donne oltre che l'accesso a risorse del network di M&M che possano aiutare a migliorare la rappresentanza di genere.

All'indirizzo è consultabile l'elenco sempre aggiornato dei soci di M&M – Idee per un Paese migliore che hanno aderito alla versione di quest'appello promossa dall'associazione.

L'Associazione "M&M – Idee per un Paese migliore", riunisce manager, scienziati, diplomatici, esponenti del terzo settore, accademici e funzionari pubblici ed è impegnata a offrire suggerimenti e proposte per lo sviluppo del Paese. M&M in questi mesi ha sviluppato una serie di proposte: i) il Piano "Bridge" e "Bridge 2" per una straordinaria erogazione di credito agli operatori economici, per facilitare investimenti e ricapitalizzazione delle imprese; ii) il Piano Bridge Sanità con proposte per una riforma del sistema sanitario; Next Generation Italia su come utilizzare il Recovery Fund europeo e attuare il Piano nazionale di ripresa e resilienza (PNRR). Tutti gli elaborati dell'Associazione sono messi a disposizione #opensource di istituzioni, partiti politici, forze sociali e altri stakeholders e sono aperti a modifiche in relazione al dibattito che suscitano e i commenti che ricevono.

Aidexa è la fintech italiana dedicata esclusivamente alle piccole e medie imprese e alle partite Iva. La parola Aidexa è stata creata con la volontà di comunicare anche nel brand lo spirito che guida il nuovo progetto: ideazione e specializzazione per gli imprenditori, innovazione tecnologica, rapidità e semplicità delle soluzioni, esperienza bancaria intuitiva, una "data driven" Company. La mission di AideXa è quella di facilitare la vita dell'imprenditore accompagnandolo nello sviluppo dei suoi progetti e della sua azienda: l'obiettivo è semplificare il suo lavoro, sfruttando le nuove tecnologie e le grandissime opportunità offerte dall'open banking.

Comin & Partners è la società di consulenza strategica di comunicazione e relazioni istituzionali di Gianluca Comin, Elena Di Giovanni, Gianluca Giansante, Lelio Alfonso e Federico Fabretti. Nata nel 2014, Comin & Partners è diventata un punto di riferimento per grandi aziende, manager e organizzazioni, soprattutto negli ambiti delle relazioni con le istituzioni e con i media, della strategia digitale, della comunicazione politica e del crisis management. Sin dalla sua fondazione, Comin & Partners ha aiutato i propri clienti a raggiungere i loro obiettivi strategici, affrontando e vincendo insieme ad essi sfide negli ambiti più complessi e delicati delle loro attività: dall'energia alle telecomunicazioni, dal settore finanziario a quello infrastrutturale. Ciò è possibile grazie ad un team multidisciplinare di assoluto livello, composto da professionisti della comunicazione e della consulenza strategica con un'esperienza consolidata negli ambiti più complessi e delicati del mondo delle istituzioni, delle imprese e delle organizzazioni. Comin & Partners ha tra i suoi elementi distintivi una grande sensibilità verso la parità di genere, con una "quota rosa" oltre il cinquanta per cento.

Gruppo Ersel Dal 1936 specialista nella gestione di patrimoni, Ersel è una realtà unica nel panorama italiano, per l'assoluta indipendenza, per la professionalità e la qualità del servizio, per il rapporto diretto e personale con il cliente. Nata a Torino come Studio Giubergia, prima società di fondi comuni autorizzata in Italia, Ersel affianca da sempre alla sua attività principale

servizi di consulenza sugli investimenti, servizi fiduciari, di asset protection e di corporate advisory. Tuttora guidata dalla famiglia del fondatore, alla quarta generazione in azienda, con circa 19 miliardi di asset dei clienti e uno staff di oltre 300 persone, Ersel rappresenta oggi un modello di continuità e innovazione, una scelta sicura, capace di offrire a ogni cliente, privato, istituzionale o azienda, la certezza di un servizio autorevole, trasparente e personalizzato.

Gruppo TIM TIM è il gruppo leader in Italia e in Brasile nel settore ICT, sviluppa infrastrutture fisse, mobili, cloud e datacenter e offre servizi e prodotti per le comunicazioni e l'intrattenimento, ponendosi all'avanguardia delle tecnologie digitali. Il Gruppo si compone di factory specializzate che offrono soluzioni digitali integrate per cittadini, imprese e pubbliche amministrazioni, anche in partnership con gruppi di primaria importanza: Noovle è la cloud company di TIM, Olivetti è il polo digitale con focus sullo sviluppo di soluzioni Internet of things, Telsy opera nel settore della cybersecurity e Sparkle realizza e mette a disposizione infrastrutture e servizi internazionali. In Brasile, TIM Brasil è uno dei principali player nel mercato delle telecomunicazioni e leader nella copertura 4G.

WINDTRE è l'operatore mobile numero uno in Italia e tra i principali gestori alternativi nella connettività fissa. Guidata da Jeffrey Hedberg, la società fa parte della multinazionale CK Hutchison Holdings Limited. La rete mobile di WINDTRE è stata certificata 'Top Quality' da tre istituti specializzati indipendenti, e tra i principali operatori è stato il primo a commercializzare il servizio di connettività a banda ultralarga basato su fibra ottica, con l'obiettivo di ridurre la distanza tra le persone e tra le imprese. WINDTRE BUSINESS è il marchio dedicato ad aziende e professionisti.

Online

14 aprile 2021
Focusmo.it https://www.focusmo.it/impegno-pubblico-a- favore-della-parita-di-genere-negli-eventi-10163

Impegno pubblico a favore della parità di genere negli eventi

Anche Aidexa, Comin & Partners, Gruppo Ersel, TIM e WINDTRE si uniscono all'iniziativa dell'Associazione M&M– Idee per un Paese migliore, impegnandosi a informarsi su chi siano gli speaker e se e quanto sia assicurata una rappresentazione equilibrata tra i generi, promuovendo quando necessario un riequilibrio e offrendo soluzioni in questo senso. Salgono così a 17 le istituzioni e aziende del Paese che hanno aderito all'impegno, tra le quali: 24 ORE Eventi, Banca Generali, Banco BPM, Credimi, Eni gas e luce, Epic, Gruppo Sella, ItaliaFintech, Leonardo, Luiss Data Lab, Snam e Vodafone Italia.

Un'iniziativa importante per garantire la diversità di genere e l'inclusione nell'ambito di tutti gli eventi soprattutto in Italia, dove questa buona pratica è sovente ignorata. Un dato che emerge dal "Gender Diversity &Inclusion in Events Report", stilato nel 2018 da Bizzabo – startup israeliana attiva nel settore degli eventi – che ha analizzato la diversità di genere di oltre 60.000 relatori in un periodo di sei anni (2013- 2018) nell'ambito dei più importanti eventi tenutisi in 23 Paesi nei settori più disparati. Se infatti in media la proporzione di relatori uomini si attestava al

69%, il dato italiano saliva all'85%, posizionando il nostro Paese quartultimo in classifica per presenza di donne relatrici (davanti solo a Grecia, Belgio e Polonia).

L'Associazione M&M, costituita da persone libere e appassionate alla «cosa pubblica», riunisce una comunità di manager, economisti, scienziati, diplomatici, giornalisti, dirigenti pubblici, rappresentanti del terzo settore, imprenditori e accademici, e sta lavorando attivamente a progetti di policy su aspetti economici legati alla risposta alla pandemia, su questioni di rigenerazione urbana e su temi di occupazione femminile ed empowerment di genere.

Ed è proprio in quest'ultimo filone che l'Associazione ha lanciato un appello perché i soci, le imprese e le istituzioni si impegnino a garantire un'adeguata rappresentanza di genere negli eventi e nelle manifestazioni pubbliche che organizzano o a cui partecipano, qualunque sia la loro natura: programmi televisivi e radio, webinar, task force e comitati.

"Siamo lieti che sempre più imprese continuino ad aderire a questa iniziativa – ha dichiarato Fabrizio Pagani, Presidente dell'Associazione – perché riteniamo che non sia più accettabile affidare la rappresentazione del sapere solo a uomini. L'uguaglianza di genere deve essere assicurata anche e soprattutto quando le competenze sono espresse in momenti pubblici come sui media, in eventi o convegni. Proprio per questo lo scorso anno la nostra Associazione ha deciso di lanciare questo impegno pubblico e non possiamo che essere soddisfatti di avere raccolto l'adesione di 17 tra le istituzioni e le imprese più importanti del Paese. I fatti ci insegnano che le buone intenzioni non sono sufficienti. Agire è fondamentale per avviare quel cambiamento culturale necessario per approdare a una concreta uguaglianza di genere nella rappresentazione della conoscenza e del sapere."

Per sostenere chiunque aderisca all'iniziativa, ma anche gli organizzatori di eventi, l'Associazione offre supporto nell'individuazione di panelist donne oltre che l'accesso a risorse del network di M&M che possano aiutare a migliorare la rappresentanza di genere.

Online

14 aprile 2021
Ildenaro.it
https://www.ildenaro.it/levoluzione-fintech-per-le-piccole-e-medie-imprese/

L'evoluzione Fintech per le piccole e medie imprese

Lo sviluppo della tecnologia sembra che sia stato incentivato dalla pandemia: si è velocizzata la crescita di molte realtà tecnologiche che già si stava sviluppando in passato. Sempre più istituti di credito, infatti, preferiscono mantenere leggera la propria struttura permettendo di aprire conti correnti e fare investimenti senza incontrare fisicamente le persone. Attraverso gli stessi canali è possibile ottenere carte di credito e piccoli finanziamenti per i privati, in particolare se si tratta di dipendenti o di pensionati.
Cominciano a nascere realtà parallele specializzate in piccole e medie imprese come AideXa, che si occupa di finanziamenti alle PMI e partite iva.

Le peculiarità delle Fintech per piccole e medie imprese

Le caratteristiche principali delle Fintech sono la velocità e la semplicità nel servizio al cliente. AideXa offre finanziamenti veloci alle imprese che arrivano al massimo a 100.000 € di importo richiesto. Non si tratta (ancora) di una banca ma di un istituto finanziario che si occupa di prestiti

e che reperisce i fondi dai suoi soci che sono istituti di credito tradizionali o che, comunque, svolgono anche la parte di raccolta. La forza delle nuove banche risiede nell'utilizzo dell'intelligenza artificiale per snellire le procedure burocratiche; così, anche per AideXa, la tecnologia è messa a servizio dei finanziamenti alle aziende e, in particolare, alle PMI. Le partite Iva sono al centro dell'idea di Roberto Nicastro e Federico Sforza e l'analisi del loro operato sulla base dei documenti richiesti riesce ad essere particolarmente veloce e incisiva.
L'innovazione offerta dalle banche Fintech ha diversi effetti sia per quanto riguarda la clientela che per le imprese del comparto. Queste ultime possono, infatti, servire molti più clienti senza dover aprire filiali, in modo uniforme e semplice con procedure prefissate che possono essere implementate direttamente dalle macchine.

Il servizio di AideXa
Prendendo ad esempio questa nuova Fintech, AideXa, essa offre un servizio veloce ed immediato sulla base della documentazione presentata on line dal suo portale da parte delle aziende che vogliono richiedere un finanziamento. Il prestito potrà essere compreso tra 10.000 € e 100.000 € e dovrà essere rimborsato in 12 mesi. L'istituto di credito non richiede alcuna garanzia e il suo compenso si traduce in un tasso fisso, in base al quale sarà determinata la rata mensile da restituire. AideXa è regolarmente autorizzata da Banca d'Italia come istituto che fa riferimento all'art. 106, vale a dire solamente con il permesso di prestare denaro. Essere fintech, infatti, non significa agire fuori dal sistema, ma solo utilizzare un metodo diverso rispetto a quello tradizionale che si esplica attraverso le filiali e la conoscenza diretta del tessuto sociale in cui è immersa l'impresa. Queste caratteristiche vengono sostituite da una maggiore velocità, importi ridotti e tempi di rimborso rapidi; ciò non significa che il prestito sia semplice da ottenere, ma solamente che le caratteristiche che deve avere un'impresa per avere accesso allo stesso sono standardizzate. Grazie ai paletti fissi, la risposta da parte di AideXa arriva in 48 ore che si possono contare dal momento in cui si invia tutto il necessario.
La procedura che una PMI deve seguire per ottenere il finanziamento è semplice ed assomiglia a quella di molte altre richieste che vengono effettuate attraverso la rete. Tramite la sola compilazione di un form viene inoltrata la richiesta che permette ad AideXa di adoperarsi per offrire il proprio servizio reperendo tutte le informazioni necessarie in autonomia; se la richiesta tramite form è completa, è questo il momento da cui parte l'intera istruttoria che permette di arrivare ad una conclusione entro 48 ore. Se è incompleta, si riceverà una nuova richiesta di integrazione. La finanziaria valuterà sempre il merito creditizio e i dati in merito all'utile, all'anzianità aziendale e tutte quelle caratteristiche di cui tengono conto i canali bancari.
I finanziatori di quest'azienda sono gruppi bancari come Banca Sella, Banca Ifis, Banca Generali e altri attori del settore finanziario. Si tratta di un'unione di forze di soggetti accomunati dalla loro tendenza ad utilizzare il Fintech nelle loro aziende anche se, finora, si erano rivolti soprattutto ai privati sia dal lato raccolta che da quello finanziamento. Il risultato è stato vincente grazie alla partecipazione di capitale di tutti e alla pronta risposta del mercato che si è affidato alla nuova istituzione. Questa è un'iniziativa da cui prenderanno spunto sicuramente altri gruppi finanziari, anche a livello internazionale, e che può essere un veicolo importante per il rilancio delle aziende atterrate dalla pandemia o per l'adeguamento del comparto finanziario corporate alle dinamiche attuali. Ogni operazione, oggi, per essere efficace, deve essere veloce e solo lo sfruttamento dell'intelligenza artificiale e della comunicazione telematica può aiutare a raggiungere l'obiettivo. L'efficienza è sicuramente maggiore anche dal lato bancario, che in tal modo evita investimenti in uffici, ottimizza il tempo del personale e si mette al sicuro dalla possibilità di inserimento del lato umano nella decisione della concessione del credito, tema che è sempre stato fondamentale e che ha portato a ruotare il personale tra le filiali; questi sono solo alcuni dei grandi vantaggi che stanno portando una società come AideXa a diventare una realtà sempre più affermata nel mondo Fintech.

14/04/2021
Pag. 20 N.261 - aprile 2021

AZIENDABANCA

diffusione:4000
tiratura:4000

AIDEXA: RIZZI E BOON PER CRESCERE NEI DATI E NEL DIGITAL

Il team di AideXa si rafforza. La FinTech del Presidente Roberto Nicastro e del CEO Federico Sforza accoglie in squadra Walter Rizzi, che assume il ruolo di Chief Data Officer, e Jason Boon, nominato Chief Digital Marketing. Con un comprovato expertise negli ambiti AI, Analytics, Digital transformation e Marketing&Sales, i nuovi ingressi giocheranno un ruolo chiave per la mission di AideXa, ossia facilitare l'accesso al credito alle PMI e Partite Iva italiane attraverso soluzioni innovative.

Walter Rizzi, esperto di Digital and Analytics transformations, nonché di governance e tecnologia dei dati e di frode e gestione del credito, in qualità di Chief Data Officer si occuperà di tutte le attività relative all'utilizzo dei big data nei diversi ambiti aziendali, in particolare alla gestione e sviluppo dei motori del credito con la gestione dello scoring lab. L'obiettivo è di rendere sempre più AideXa una data driven company attraverso l'uso del machine learning e dell'intelligenza artificiale. Rizzi proviene da McKinsey & Company dove era partner dal 2013 e, dal 2020, Leader di QuantumBlack, società di McKinsey specializzata in AI e advanced analytics.

Walter Rizzi, Chief Data Officer di AideXa

Jason Boon, Chief Digital Marketing di AideXa

Jason Boon, in qualità di Chief Digital Marketing, guiderà AideXa nella definizione delle strategie di digital marketing, con l'obiettivo di posizionare AideXa come il miglior partner finanziario delle PMI in Italia. Laureato in International Management all'Università di Bologna e MPA alla SDA Bocconi, Jason Boon ha iniziato la sua carriera come imprenditore per poi approdare dapprima in Vodafone e successivamente in CartaSì, dove ha seguito l'intero processo di digitalizzazione in Nexi, fino alla sua quotazione in Borsa. Nel 2019 ha assunto il ruolo di Sales & Strategic Partnership Director di Shopfully, la compagnia specializzata in marketing drive-to-store attiva con il marchio DoveConviene, per la quale ha definito le strategie di vendita e marketing per i settori grocery, drugstore ed elettronica di consumo.

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

Online

14 aprile 2021
Ilgiornaleditalia.it
https://www.ilgiornaleditalia.it/news/economia/138417/aidexa-uplayer-italiano-tra-le-challenger-banks-internazionali-nel-fintech almanac-2020.html

AideXa: unico player italiano tra le Challenger Banks internazionali nel Fintech Almanac 2020

La fintech è entrata a far parte della classifica dedicata alle banche globali che sfidano gli istituti tradizionali. Sforza: 'Continueremo ad accompagnare gli imprenditori nello sviluppo della loro azienda sfruttando le nuove tecnologie e le opportunità offerte dall'open banking, puntando a essere sempre più data-driven'

In uno scenario dominato dagli Stati Uniti, **AideXa** è l'unico player italiano ad essere stato inserito nella classifica delle **Challenger Banks** all'interno del **Fintech Almanac 2020**. La chart, stilata da FT Partners in base ai round di finanziamenti raccolti nel 2020, vede la fintech lanciata a novembre da Roberto Nicastro e Federico Sforza piazzarsi a metà classifica grazie ai 47,5 milioni di euro di seed financing provenienti da investitori e business angels di elevato standing nel mondo bancario, imprenditoriale, assicurativo, fintech e nel Venture Capital.
Il Fintech Almanac 2020, pubblicato a marzo 2021, è stato creato da FT Partners - società di investment banking focalizzata esclusivamente sul settore della tecnologia finanziaria - con l'obiettivo di ricerca e analisi delle transazioni e delle tendenze che nel 2020 hanno dominato il settore Fintech a livello globale.

Le Challenger Banks, in grado di fornire servizi finanziari via app e smartphone come pagamenti digitali e prestiti istantanei, hanno iniziato a conquistare quote di mercato significative grazie all'elevato focus sulla user experience: semplicità, pochi adempimenti, minore burocrazia, risposte in tempi rapidi sono solo alcuni degli elementi che caratterizzano le nuove fintech rispetto agli istituti di credito tradizionali.

"Siamo lieti di essere entrati a far parte del Fintech Almanac 2020 come unica fintech italiana tra le Challenger Banks, a dimostrazione che AideXa si è posizionata, sin dal suo lancio, come player innovativo nel settore. Negli ultimi anni, infatti, le Challenger banks stanno ridisegnando gli equilibri del sistema bancario tradizionale. La fiducia dei nostri investitori è stata e continua a essere fondamentale per una crescita costante, che metta al centro la possibilità di offrire servizi sicuri, trasparenti e veloci alle piccole imprese e partite Iva italiane, soprattutto in un periodo storico complesso come quello che stiamo vivendo. Continueremo ad accompagnare gli imprenditori nello sviluppo della loro azienda sfruttando le nuove tecnologie e le opportunità offerte dall'open banking, puntando a essere sempre più data-driven", commenta **Federico Sforza**, amministratore delegato e co-founder di AideXa.
Il 2020 ha segnato un record per quanto riguarda il numero di finanziamenti: in termini di transazioni, è stato l'anno più attrattivo nel mondo Fintech. Guidati da aumenti di capitale da parte delle Challenger Banks, i settori come il Banking, Lending e Real Estate Tech si sono confermati i più attivi in termini di finanziamenti nel corso dell'anno. Nonostante sia stato il Fintech nordamericano a raggiungere i massimi storici sia per il numero di operazioni che per il

volume totale, il report analizza come nel 2020 anche Europa, Medio Oriente, Sud America e Africa abbiano registrato un numero record di accordi annuali.

Nonostante la pandemia, quindi, l'interesse nel mondo Fintech rimane forte, con risultati in crescita che testimoniano i continui progressi verso l'implementazione di soluzioni digitali. Un contesto favorevole per la costante evoluzione della strategia innovativa di AideXa, che facilita il lavoro degli imprenditori in modo semplice, veloce, trasparente e sicuro grazie ai dati.

Online

14 aprile 2021
Arenadigitale.it
https://www.arenadigitale.it/2021/04/14/il-fintech-almanac-2020-inserisce-aidexa-come-unico-player-italiano-tra-le-challenger-banks-internazionali/

Il Fintech Almanac 2020 inserisce AideXa come unico player italiano tra le Challenger Banks internazionali

La fintech fondata da Roberto Nicastro e Federico Sforza, che ha raccolto oltre 47 milioni di euro in finanziamenti, è entrata a far parte della classifica dedicata alle banche globali che sfidano gli istituti tradizionali

Milano, 14 aprile 2021 – In uno scenario dominato dagli Stati Uniti, **AideXa** è l'unico player italiano ad essere stato inserito nella classifica delle *Challenger Banks* all'interno del **Fintech Almanac 2020**. La chart, stilata da **FT Partners** in base ai round di finanziamenti raccolti nel 2020, vede la fintech lanciata a novembre da **Roberto Nicastro** e **Federico Sforza** piazzarsi a metà classifica grazie ai 47,5 milioni di euro di seed financing provenienti da investitori e business angels di elevato standing nel mondo bancario, imprenditoriale, assicurativo, fintech e nel Venture Capital.
Il Fintech Almanac 2020, pubblicato a marzo 2021, è stato creato da FT Partners – società di investment banking focalizzata esclusivamente sul settore della tecnologia finanziaria – con l'obiettivo di ricerca e analisi delle transazioni e delle tendenze che nel 2020 hanno dominato il settore Fintech a livello globale.

Le Challenger Banks, in grado di fornire servizi finanziari via app e smartphone come pagamenti digitali e prestiti istantanei, hanno iniziato a conquistare quote di mercato significative grazie all'elevato focus sulla user experience: semplicità, pochi adempimenti, minore burocrazia, risposte in tempi rapidi sono solo alcuni degli elementi che caratterizzano le nuove fintech rispetto agli istituti di credito tradizionali.

"*Siamo lieti di essere entrati a far parte del Fintech Almanac 2020 come unica fintech italiana tra le Challenger Banks, a dimostrazione che AideXa si è posizionata, sin dal suo lancio, come player innovativo nel settore. Negli ultimi anni, infatti, le Challenger banks stanno ridisegnando gli equilibri del sistema bancario tradizionale. La fiducia dei nostri investitori è stata e continua a essere fondamentale per una crescita costante, che metta al centro la possibilità di offrire servizi sicuri, trasparenti e veloci alle piccole imprese e partite Iva italiane, soprattutto in un*

periodo storico complesso come quello che stiamo vivendo. Continueremo ad accompagnare gli imprenditori nello sviluppo della loro azienda sfruttando le nuove tecnologie e le opportunità offerte dall'open banking, puntando a essere sempre più data-driven", commenta **Federico Sforza, amministratore delegato e co-founder di AideXa**.
Il 2020 ha segnato un record per quanto riguarda il numero di finanziamenti: in termini di transazioni, è stato l'anno più attrattivo nel mondo Fintech. Guidati da aumenti di capitale da parte delle Challenger Banks, i settori come il Banking, Lending e Real Estate Tech si sono confermati i più attivi in termini di finanziamenti nel corso dell'anno. Nonostante sia stato il Fintech nordamericano a raggiungere i massimi storici sia per il numero di operazioni che per il volume totale, il report analizza come nel 2020 anche Europa, Medio Oriente, Sud America e Africa abbiano registrato un numero record di accordi annuali.
Nonostante la pandemia, quindi, l'interesse nel mondo Fintech rimane forte, con risultati in crescita che testimoniano i continui progressi verso l'implementazione di soluzioni digitali. Un contesto favorevole per la costante evoluzione della strategia innovativa di AideXa, che facilita il lavoro degli imprenditori in modo semplice, veloce, trasparente e sicuro grazie ai dati.

Online

15 aprile 2021
Simplybiz.eu
https://www.simplybiz.eu/aidexa-inserita-nel-fintech-almanac-2020/

Aidexa inserita nel Fintech Almanac 2020

In uno scenario dominato dagli Stati Uniti, **Aidexa** è l'unico player italiano ad essere stato inserito nella classifica delle *Challenger Banks* all'interno del **Fintech Almanac 2020**. Lo annuncia la fintech lanciata a novembre da **Roberto Nicastro** e **Federico Sforza** precisando di essersi collocata a metà classifica grazie ai 47,5 milioni di euro di seed financing, provenienti da investitori e business angels di elevato standing nel mondo bancario, imprenditoriale, assicurativo, fintech e nel venture capital.

Il *Fintech Almanac 2020*, pubblicato a marzo 2021, è stato creato da **FT Partners**, società di investment banking focalizzata esclusivamente sul settore della tecnologia finanziaria, con l'obiettivo di ricerca e analisi delle transazioni e delle tendenze che nel 2020 hanno dominato il settore fintech a livello globale.

Le challenger banks, in grado di fornire servizi finanziari via app e smartphone come pagamenti digitali e prestiti istantanei, hanno iniziato a conquistare quote di mercato significative grazie all'elevato focus sulla user experience: semplicità, pochi adempimenti, minore burocrazia, risposte in tempi rapidi sono solo alcuni degli elementi che caratterizzano le nuove fintech rispetto agli istituti di credito tradizionali.

"*Siamo lieti di essere entrati a far parte del Fintech Almanac 2020 come unica fintech italiana tra le challenger banks, a dimostrazione che Aidexa si è posizionata, sin dal suo lancio, come*

player innovativo nel settore. Negli ultimi anni, infatti, le Challenger banks stanno ridisegnando gli equilibri del sistema bancario tradizionale. La fiducia dei nostri investitori è stata e continua a essere fondamentale per una crescita costante, che metta al centro la possibilità di offrire servizi sicuri, trasparenti e veloci alle piccole imprese e partite Iva italiane, soprattutto in un periodo storico complesso come quello che stiamo vivendo. Continueremo ad accompagnare gli imprenditori nello sviluppo della loro azienda sfruttando le nuove tecnologie e le opportunità offerte dall'open banking, puntando a essere sempre più data-driven", commenta **Federico Sforza**, amministratore delegato e co-founder di **Aidexa**.

Il 2020 ha segnato un record per quanto riguarda il numero di finanziamenti: in termini di transazioni, è stato l'anno più attrattivo nel mondo fintech. Guidati da aumenti di capitale da parte delle challenger banks, i settori come il banking, lending e real estate tech si sono confermati i più attivi in termini di finanziamenti nel corso dell'anno. Nonostante sia stata la fintech nordamericano a raggiungere i massimi storici, sia per il numero di operazioni che per il volume totale, il report analizza come nel 2020 anche Europa, Medio Oriente, Sud America e Africa abbiano registrato un numero record di accordi annuali.

Nonostante la pandemia, quindi, l'interesse nel mondo fintech rimane forte, con risultati in crescita che testimoniano i continui progressi verso l'implementazione di soluzioni digitali.

Online

16 aprile 2021
Creditnews.it
https://www.creditnews.it/il-fintech-almanac-2020-inserisce-aidexa-come-unico-player-italiano-tra-le-challenger-banks-internazionali/

Il Fintech Almanac 2020 inserisce AideXa come unico player italiano tra le Challenger Banks internazionali

La fintech fondata da Roberto Nicastro e Federico Sforza, che ha raccolto oltre 47 milioni di euro in finanziamenti, è entrata a far parte della classifica dedicata alle banche globali che sfidano gli istituti tradizionali

In uno scenario dominato dagli Stati Uniti, **AideXa** è l'unico player **italiano** ad essere stato inserito nella classifica delle *Challenger Banks* all'interno del **Fintech Almanac 2020**. La chart, stilata da **FT Partners** in base ai round di finanziamenti raccolti nel 2020, vede la fintech lanciata a novembre da **Roberto Nicastro** e **Federico Sforza** piazzarsi a metà classifica grazie ai 47,5 milioni di euro di **seed financing** provenienti da investitori e business angels di elevato standing nel mondo bancario, imprenditoriale, assicurativo, fintech e nel Venture Capital.

Il Fintech Almanac 2020, pubblicato a marzo 2021, è stato creato da **FT Partners – società di investment banking** focalizzata esclusivamente sul settore della tecnologia finanziaria – con l'obiettivo di ricerca e analisi delle transazioni e delle tendenze che nel 2020 hanno dominato il settore Fintech a livello globale.

Le Challenger Banks, in grado di fornire servizi finanziari via app e smartphone come pagamenti digitali e prestiti istantanei, hanno iniziato a conquistare quote di mercato significative grazie all'elevato focus sulla user experience: semplicità, pochi adempimenti, minore burocrazia,

risposte in tempi rapidi sono solo alcuni degli elementi che caratterizzano le nuove fintech rispetto agli istituti di credito tradizionali.

"*Siamo lieti di essere entrati a far parte del Fintech Almanac 2020 come unica fintech italiana tra le Challenger Banks, a dimostrazione che AideXa si è posizionata, sin dal suo lancio, come player innovativo nel settore. Negli ultimi anni, infatti, le Challenger banks stanno ridisegnando gli equilibri del sistema bancario tradizionale. La fiducia dei nostri investitori è stata e continua a essere fondamentale per una crescita costante, che metta al centro la possibilità di offrire servizi sicuri, trasparenti e veloci alle piccole imprese e partite Iva italiane, soprattutto in un periodo storico complesso come quello che stiamo vivendo. Continueremo ad accompagnare gli imprenditori nello sviluppo della loro azienda sfruttando le nuove tecnologie e le opportunità offerte dall'open banking, puntando a essere sempre più data-driven*",commenta **Federico Sforza, amministratore delegato e co-founder di AideXa**.

Il 2020 ha segnato un record per quanto riguarda il numero di finanziamenti: in termini di transazioni, è stato l'anno più attrattivo nel mondo Fintech. Guidati da aumenti di capitale da parte delle Challenger Banks, i settori come il Banking, Lending e Real Estate Tech si sono confermati i più attivi in termini di finanziamenti nel corso dell'anno. Nonostante sia stato il Fintech nordamericano a raggiungere i massimi storici sia per il numero di operazioni che per il

volume totale, il report analizza come nel 2020 anche Europa, Medio Oriente, Sud America e Africa abbiano registrato un numero record di accordi annuali.

Nonostante la pandemia, quindi, **l'interesse nel mondo Fintech rimane forte**, con risultati in crescita che testimoniano i continui progressi verso l'implementazione di soluzioni digitali. Un contesto favorevole per la costante evoluzione della strategia innovativa di AideXa, che facilita il lavoro degli imprenditori in modo semplice, veloce, trasparente e sicuro grazie ai dati.

Online

19 aprile 2021
Bebeez.it
https://bebeez.it/bebeez-web-tv/fundraising-come-si-valuta-una-fintech-e-come-si-stimano- i-veri-costi-del-business-plan-il-video-del-webinar-assofintech-moderato-da-bebeez/

Fundraising. Come si valuta una fintech e come si stimano i veri costi del business plan. Il video del webinar Assofintech moderato da BeBeez

Da inizio anno a oggi sono stati annunciati **7 round di investimento in società del settore** per un totale di **343 milioni di euro raccolti** e di questi ben tre sono di dimensioni uguali o superiori ai 70 milioni di dollari. Un dato che arriva dopo un 2020 difficile, in cui comunque startup e scaleup italiane o fondate da italiani hanno **incassato 35 round per un totale di 247 milioni di euro nel 2020,** dopo che gli investimenti di venture capital nel settore erano stati **261 milioni di euro nel 2019 e circa 200** Clicca qui per vedere il video **milioni del 2018** (si veda qui il **Report Fintech**
BeBeez 2020 disponibile per gli abbonati a **BeBeez News Premium**). I 247 milioni di euro raccolti dalle fintech nel 2020 rappresentano poco meno di un terzo di quanto raccolto da tutte le startup italiane o fondate da italiani nello stesso periodo, cioè **780,5 milioni** (si veda qui il Report Venture Capital di BeBeez 2020, disponibile per gli abbonati a **BeBeez News Premium**).
Ma che cosa chiedono gli investitori dai founder delle fintech? Quali sono le variabili chiave che convincono chi ha i capitali a scommettere sul futuro di una startup o di una scaleup del settore? Se ne è parlato con alcuni dei protagonisti del fintech italiano lo scorso giovedì 18 marzo al webinar organizzato da **Assofintech** e moderato da **Stefania Peveraro**, direttore di *BeBeez* (**clicca qui per vedere il video**).
Antonio Valitutti, ceo di **Hype**, ha raccontato la storia di Hype e della prima grande operazione italiana di aggregazione nel settore fintech, che ha visto Hype trasformarsi in una **joint venture tra Banca Sella e Illimity** (si veda altro articolo di *BeBeez*). Nato all'interno del gruppo Sella, in un contesto di open innovation, il progetto è cresciuto in maniera importante: "A fine 2019 avevamo un milione di clienti retail in Italia e oggi ne abbiamo un 1,4 milioni. Per sostenere la crescita e arrivare a modello di business profittevole dovevamo continuare a investire e quindi trovare capitali", ha detto Valitutti, aggiungendo: "Per questo motivo abbiamo iniziato a trattare con fondi di venture capital. Certo, appunto, alla ricerca di capitali, ma anche di un confronto

esterno alla banca nella quale eravamo nati, perché in questo mercato c'è una grande esigenza di contaminazione delle idee. Nel frattempo abbiamo incontrato Illimity che ha gli stessi nostri obiettivi di crescita nel segmento retail e la volontà di costruire un operatore rilevante nel mercato per cui alla fine abbiamo scelto di proseguire con loro".
Valitutti ha poi sottolineato che alla valutazione di Hype sulla base della quale è stato concluso il deal con Illimity per metà ha contribuito quanto già Hype effettivamente era e per un'altra metà quello che sarà. "Quando abbiamo iniziato a parlare con Illimity, Hype era già a uno stadio maturo, nel senso che aveva già fatto un percorso che l'aveva portata ad efficientare in maniera importante i costi e in particolare il costo di acquisizione dei singoli clienti e il costo per servire i singoli clienti. Se avessimo usato i processi della banca tradizionale non saremmo mai arrivati a questi numeri. Illimity ha quindi tenuto in conto tutto questo, così come ha tenuto del fatto che avevamo già una chiara struttura dei ricavi, basati su canone mensile per servizi, ricavi da transazioni, visto che siamo un Istituto di pagamento, e ricavi da collaborazioni con altre società nell'ambito dello sviluppo di servizi di open banking". Su questa base si sono innestate poi le previsioni di ulteriore crescita sia del numero dei clienti sia della redditività per singolo cliente.

Roberto Nicastro, co-founder **Aidexa,** a sua volta ha raccontato che la ragione per cui Aidexa è nata "è **colmare un gap di mercato**, che è quello che non esisteva una banca che servisse le piccolissime imprese in maniera efficiente e veloce. E creare una banca di questo tipo da zero, che utilizzasse le nuove tecnologie, insieme a finanziatori che fornissero sì capitali, ma anche supporto strategico". Abbiamo raccolto 48 milioni e siamo sul mercato da due mesi con un primo prodotto che è di instant lending e ora dobbiamo portarlo ai clienti. Di fatto abbiamo costituito una Spac privata, perchè nella pratica ai nostri investitori stavamo chiedendo quello che di solito chiedono i promotori di una Spac, ma con la differenza che non stavamo andando a comrpare una società già strutturata, bensì chiedevamo di investire su un progetto, che aveva bisogno di tre anni per arrivare al breakeven. Per questo motivo non aveva senso quotarsi come una vera Spac". Quanto ai capitali raccolti, Nicastro ha ricordato che "ai circa 45 milioni iniziali si sonopoi aggiunti 2,5 milioni di euro di Mediocredito Centrale, portando quindi la cifra raccolta a 48 milioni. E' una cifra importante, ma che era necessaria perché io e il mio socio volevamo creare sin da subito una fintech ma con licenza bancaria. In primo luogo perché ci rivolgiamo a piccolissimi operatori con un modello di business tutto digitale e quindi molto nuovo e diverso da quello tadizionale e quindi volevamo presentarci con una veste chiara e facile da capirea, cioè appunto come una banca. In secondo luogo, c'è la questione del funding. Oggi c'è liquidità sul mercato, ma a volte ssuccede che la liquidità si restringe moltissimo e inquei momenti è criciale poter disporre di liquidità da erogare senza dover andare sul mercato all'ingrosso a cercarla. Infine credo che le fintech che si occupano di gestione del risparmio e di credito si avvicinino molto a tematiche di rischio sistemico. E per questo mi aspetto che un domani la regolamentazione toccherà anche questi soggetti, magari in una forma meno rigida, con minori costi di compliance, ma mi aspetto che la regolamentazione arriverà. Infine, secondo me in questo settore di aver sufficiente capitale anche per il caso in cui il progetto non funzioni. Certo, chiedere così tanto capitale sin da subito è un costo importante per i fondatori, perché c'è un tema importante di diluizione. Dal nostro punto di vista, chiedere meno capitali in prima battuta e poi fare dei round successivi permette ai fondatori di diluirsi a valutazioni crescenti. Ma noi abbiamo preferito chiedere tutti i capitali necessari nel nostro round seed per tutte le ragioni che ho espresso prima".
Quanto al business plan di Aidexa, Nicastro ha ricordato che "i costi principali sono di quattro tipi: gli investimenti IT, che sono comunque una frazione di quello che dovrebbe fare una banca incumbent per fare le stesse cose, fare innovazione per una fintech può costare da un decimo a un centesimo di quanto costa a una banca tradizionale; il costo delle persone, poche ma di talento; il costo del go-to-market e di origination; il costo del rischio. Quanto ai ricavi, sono dati

oggi dalle fee del cliente diretto e poi in prospettiva forse da un'evoluzione del business model anche sul fronte B2B. Molte fintech che all'inizio puntano direttamente sul cliente finale, poi si accorgono di essere emolto brave e quindi offronto la loro tecnologia agli incumbent".

Sul tema della valutazione è tornato **Emanuele Levi**, general partner **360 Capital Partners, che nel suo track record ha investimenti come quello nella francese Leechi/MangoPay** (in cui ha investito a fine 2010 e che ha poi ceduto a fine 2016 ad Arkea), quello nella proptech italiana **Casavo** (in cui ha investito 500 mila euro in fase super-seed nel 2017 e che di recente ha incassato un round da ben 200 milioni di euro); e quello più recente proprio in Aidexa. "Bisogna cancellare il mito della valutazione. Il vero tema è la diluizione dei founder, è su questo che si basa la trattativa. Quello che ci deve convincere è il team dei fondatori. Spesso quando interveniamo abbiamo molti pochi dati reali sui quali basarci, non abbiamo KPIs e quando anche ci sono non sono a scala e quindi non sono significativi. Quindi alla fine il punto vero sul quale ci concentriamo nell'analisi è la capacità dei fondatori e la loro visione a lungo termine, la loro forte volontà di portare rottura nel mercato e le dimensioni di quel mercato. Ci capita spesso di vedere progetti il cui mercato potenzialmente aggredibile è troppo piccolo, cosicché il business sarebbe poi difficilmente alienabile a terzi. Dal giorno uno, invece, bisogna che il team mostri sensibilità al modello economico e alla creazione dei flussi di cassa. E quanto alla regolamentazione, se non c'è non è problema. Certo è un rischio, ma è lì, in assenza di regolamentazione, che la diruption può essere più potente".
Anche Michele Novelli, partner di **Digital Magics**, incubatore quotato all'Aim Italia che oggi nel suo portafoglio conta ben 25 startup e scaleup fintech, tra cui **Prestiamoci**, la piattaforma di P2P lending ai privati che è stato il pioniere del mercato in Italia, ha ricordato che "praticamente mai le società nelle quali abbiamo investito hanno poi seguito esattamente il business plan che ci avevano sottoposto. Di solito ci vuole sempre più tempo e più denaro, ma accade perché i piani sono ambiziosi e lo devono essere, fa parte del gioco. Anzi. Un investitore valuta un founder anche dalla sua ambizione e visione, non apprezzo un piano che non sia ambizioso e quindi anche la possibilità che non possa essere raggiunto. Abbiamo alcune startup che si stanno muovendo molto bene su quello che era il modello di business iniziale ma che poi hanno ampliato il modello. Spesso da modelli che avevano il cliente finale come target sono passate a offire servizi B2B. E' molto raro che una socieetà vada esattamente sul suo piano che ha presentato, visto che noi investiamo in fase super iniziale. Siamo abituati, non ci spaventa e riporta l'attenzione sul team e sulla sua capacità di trasformarsi".

Online

21 aprile 2021
Mediakey.tv
https://www.mediakey.tv/leggi-news/aidexa-sceglie-nimai-per-la-comunicazione-sui-social-media

AideXa sceglie Nimai per la comunicazione sui social media

AideXa, la nuova fintech guidata da Roberto Nicastro e Federico Sforza e dedicata esclusivamente alle piccole imprese e partite Iva italiane, affida la creazione del posizionamento del brand sui canali social a Nimai, agenzia di marketing specializzata nella realizzazione di strategie e contenuti cross-media.

Nimai ha affiancato AideXa nella strategia di presentazione al mercato, con l'apertura dei presidi digitali e la promozione degli eventi di lancio e nel 2021 vede rinnovata la fiducia per sviluppare una nuova content strategy sui canali social e ideare campagne di storytelling per promuovere i servizi innovativi della nuova fintech, a partire da X Instant, il prodotto di finanziamento interamente digitale per le PMI.

"AideXa è stata ideata per gli imprenditori – ha dichiarato Federico Sforza, amministratore delegato di AideXa – e la chiave per rispondere alle reali esigenze di chi fa impresa è in quel "fattore X". Con la tecnologia siamo convinti di poter facilitare il lavoro dell'imprenditore con semplicità, velocità, trasparenza e sicurezza. Un segmento ancora poco ascoltato dal mondo finanziario e su cui crediamo ci siano ampi margini di sviluppo, per contribuire alla crescita di produttività e digitalizzazione del Paese".

"Collaborare con una realtà come AideXa che mette l'innovazione e le persone al centro della sua missione è una straordinaria opportunità di allenare la nostra capacità di interpretare e comunicare il cambiamento." spiega Tommaso Stefani, CEO di Nimai "E' molto stimolante per noi sostanziare un posizionamento dove si incrociano i temi competitivi più attuali e rilevanti del settore bancario e non solo: open banking, educazione finanziaria, digitalizzazione del PMI, intelligenza artificiale, trasparenza e sicurezza nella gestione dei dati, semplificazione della relazione banca-cliente, velocità di erogazione del credito, attenzione alle persone."

Una strategia digitale che fa leva sugli elementi differenzianti del brand e si articola con uno storytelling autentico sia valoriale che di prodotto. La narrazione si sviluppa da un lato con un racconto emozionale che posiziona AideXa come partner sempre al fianco degli imprenditori in una dimensione quotidiana, umana ed empatica, per far conoscere in modo coinvolgente il Brand e le persone che ci lavorano, dall'altro con una comunicazione semplice e diretta mirata a informare e condividere con le PMI e le partite IVA i vantaggi e le opportunità, offerte dall'innovazione in ambito normativo e tecnologico.

Online

21 aprile 2021
Youmark.it
https://youmark.it/ym-interactive/la-fintech-aidexa-sceglie-nimai-per-la-comunicazione-sui-social-media/

La fintech AideXa sceglie Nimai per la comunicazione sui social media

AideXa, la nuova fintech guidata da Roberto Nicastro e Federico Sforza e dedicata esclusivamente alle piccole imprese e partite Iva italiane, affida la creazione del posizionamento del brand sui canali social a Nimai, agenzia di marketing specializzata nella realizzazione di strategie e contenuti cross-media.

Nimai ha affiancato AideXa nella strategia di presentazione al mercato, con l'apertura dei presidi digitali e la promozione degli eventi di lancio e **nel 2021 vede rinnovata la fiducia per sviluppare una nuova content strategy sui canali social e ideare campagne di storytelling per promuovere i servizi innovativi della nuova fintech**, a partire da X Instant, il prodotto di finanziamento interamente digitale per le PMI.

Una strategia digitale che fa leva sugli elementi differenzianti del brand e si articola con uno storytelling autentico sia valoriale sia di prodotto. La narrazione si sviluppa da un lato con un racconto emozionale che posiziona AideXa come partner sempre al fianco degli imprenditori in una dimensione quotidiana, umana ed empatica, per far conoscere in modo coinvolgente il Brand e le persone che ci lavorano, dall'altro con una comunicazione semplice e diretta mirata a informare e condividere con le PMI e le partite IVA i vantaggi e le opportunità, offerte dall'innovazione in ambito normativo e tecnologico.

Online

21 aprile 2021
AdvExpress.it
http://www.adcgroup.it/noaccess.html?to=%2fadv-express%2fnews%2findustry%2findustry%2faidexa-sceglie-nimai-per-la-comunicazione-sui-social-media.html

Aidexa sceglie Nimai per la comunicazione sui social media. Alla fintech vengono affidate la campagna di X Instant e la gestione di Linkedin, Facebook e Instagram

Una strategia digitale che fa leva sugli elementi differenzianti del brand e si articola con uno storytelling autentico sia valoriale che di prodotto. La narrazione si sviluppa da un lato con un racconto emozionale per far conoscere in modo coinvolgente il Brand e le persone che ci lavorano, dall'altro con una comunicazione semplice e diretta mirata a informare e condividere con le PMI e le partite IVA i vantaggi e le opportunità, offerte dall'innovazione in ambito normativo e tecnologico AideXa, la nuova fintech guidata da Roberto Nicastro e Federico Sforza e dedicata esclusivamente alle piccole imprese e partite Iva italiane, affida la creazione del posizionamento del brand sui canali social a Nimai, agenzia di marketing specializzata nella realizzazione di strategie e contenuti cross-media. Nimai ha affiancato AideXa nella strategia di presentazione al mercato, con l'apertura dei presidi digitali e la promozione degli eventi di lancio e nel 2021 vede rinnovata la fiducia per sviluppare una nuova content strategy sui canali social e ideare campagne di storytelling per promuovere i servizi innovativi della nuova fintech, a partire da X Instant, il prodotto di finanziamento interamente digitale per le PMI. "AideXa è stata ideata per gli imprenditori - ha dichiarato Federico Sforza, amministratore delegato di AideXa - e la chiave per rispondere alle reali esigenze di chi fa impresa è in quel "fattore X". Con la tecnologia siamo convinti di poter facilitare il lavoro dell'imprenditore con semplicità, velocità, trasparenza e sicurezza. Un segmento ancora poco ascoltato dal mondo finanziario e su cui crediamo ci siano ampi margini di sviluppo, per contribuire alla crescita di produttività e digitalizzazione del Paese". "Collaborare con una realtà come AideXa che mette l'innovazione

e le persone al centro della sua missione è una straordinaria opportunità di allenare la nostra capacità di interpretare e comunicare il cambiamento." spiega Tommaso Stefani, CEO di Nimai "E' molto stimolante per noi sostanziare un posizionamento dove si incrociano i temi competitivi più attuali e rilevanti del settore bancario e non solo: open banking, educazione finanziaria, digitalizzazione del PMI, intelligenza artificiale, trasparenza e sicurezza nella gestione dei dati, semplificazione della relazione banca-cliente, velocità di erogazione del credito, attenzione alle La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato 21/04/2021 10:20 Sito Web AdvExpress.it diffusione:5 persone." Una strategia digitale che fa leva sugli elementi differenzianti del brand e si articola con uno storytelling autentico sia valoriale che di prodotto. La narrazione si sviluppa da un lato con un racconto emozionale che posiziona AideXa come partner sempre al fianco degli imprenditori in una dimensione quotidiana, umana ed empatica, per far conoscere in modo coinvolgente il Brand e le persone che ci lavorano, dall'altro con una comunicazione semplice e diretta mirata a informare e condividere con le PMI e le partite IVA i vantaggi e le opportunità, offerte dall'innovazione in ambito normativo e tecnologico.

Online

22 aprile 2021
Brand-news.it
https://www.brand-news.it/brand/finanza/finanziari/aidexa-si-affida-a-nimai-per-la-comunicazione-sui-social-media/?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=aidexa- si-affida-a-nimai-per-la-comunicazione-sui-social-media

AIDEXA SI AFFIDA A NIMAI PER LA COMUNICAZIONE SUI SOCIAL MEDIA

A Nimai la campagna di X Instant e la gestione di LinkedIn, Facebook e Instagram

AideXa, la nuova fintech guidata da Roberto Nicastro e Federico Sforza dedicata esclusivamente alle piccole imprese e partite iva italiane, affida la creazione del posizionamento del brand sui canali social a Nimai, agenzia di marketing specializzata nella realizzazione di strategie e contenuti cross-media.

Nimai ha affiancato AideXa nella strategia di presentazione al mercato, con l'apertura dei presidi digitali e la promozione degli eventi di lancio e nel 2021 vede rinnovata la fiducia per sviluppare una nuova content strategy sui canali social e ideare campagne di storytelling per promuovere i servizi innovativi della nuova fintech, a partire da X Instant, il prodotto di finanziamento interamente digitale per le PMI.

"AideXa è stata ideata per gli imprenditori – ha dichiarato Federico Sforza, amministratore delegato di AideXa – e la chiave per rispondere alle reali esigenze di chi fa impresa è in quel "fattore X". Con la tecnologia siamo convinti di poter facilitare il lavoro dell'imprenditore con semplicità, velocità, trasparenza e sicurezza. Un segmento ancora poco ascoltato dal mondo

finanziario e su cui crediamo ci siano ampi margini di sviluppo, per contribuire alla crescita di produttività e digitalizzazione del Paese".

"Collaborare con una realtà come AideXa che mette l'innovazione e le persone al centro della sua missione è una straordinaria opportunità di allenare la nostra capacità di interpretare e comunicare il cambiamento – spiega Tommaso Stefani, ceo di Nimai -. E' molto stimolante per noi sostanziare un posizionamento dove si incrociano i temi competitivi più attuali e rilevanti del settore bancario e non solo: open banking, educazione finanziaria, digitalizzazione del PMI, intelligenza artificiale, trasparenza e sicurezza nella gestione dei dati, semplificazione della relazione banca-cliente, velocità di erogazione del credito, attenzione alle persone".

Una strategia digitale che fa leva sugli elementi differenzianti del brand e si articola con uno storytelling autentico sia valoriale che di prodotto. La narrazione si sviluppa da un lato con un racconto emozionale che posiziona AideXa come partner sempre al fianco degli imprenditori in una dimensione quotidiana, umana ed empatica, per far conoscere in modo coinvolgente il brand e le persone che ci lavorano, dall'altro con una comunicazione semplice e diretta mirata a informare e condividere con le PMI e le partite IVA i vantaggi e le opportunità, offerte dall'innovazione in ambito normativo e tecnologico.

Online

22 aprile 2021
Ediltecnico.it
https://www.ediltecnico.it/88427/partite-iva-e-finanziamenti-soluzione-fintech/

PMI, Partite IVA e finanziamenti: la soluzione arriva dal mondo Fintech

Una nuova realtà finanziaria all'interno del mercato italiano che fornisce supporto alle PMI e alle partite IVA attraverso soluzioni rapide e tecnologiche. Vediamole nel dettaglio

Non è certo un mistero che l'ultimo anno sia stato economicamente difficile per moltissimi settori e che per molti continui ad esserlo. Particolarmente provate sono state le **partite IVA**, che si sono ritrovate nella condizione di dover fare fronte alle proprie spese senza più la garanzia di introiti regolari.
Il **settore tecnico** non è certo estraneo a questo tipo di disagi e pur avendo mostrato una forte volontà di ripresa, molti dei professionisti del settore, e in particolare di coloro che svolgono la loro attività come **Partite IVA**, hanno certamente dovuto affrontare dei problemi di natura economica nel corso dell'ultimo anno. Vediamo ora in che modo le **PMI** e le **partite IVA** possono trovare aiuto nel mondo **Fintech**.
Come il mondo Fintech può aiutare le PMI e le Partite IVA?
Proprio per far fronte a questo tipo di esigenze e contribuire al rilancio del paese attraverso un rapido ritorno alla produttività, sono sorte negli ultimi tempi nuove realtà finanziarie, che permettono di ottenere **finanziamenti** in modo molto più semplice rispetto alle normali banche,

dove spesso persone senza una busta paga fissa si vedono negare grosse o piccole somme in ragione della loro “inaffidabilità”.
In particolare, negli ultimi anni è diventato particolarmente importante in questo senso lo scenario delle **fintech**, ovvero realtà che forniscono **servizi finanziari** attraverso l’utilizzo di **strumenti tecnologici**, che si rivolgono spesso a nicchie di utenza di frequente poco considerate dagli altri player finanziari. Si tratta molte volte di realtà che permettono di ottenere un finanziamento in modo **semplice, veloce e sicuro**, rivelandosi quindi particolarmente convenienti per gli **autonomi**, che spesso non possono permettersi di portare avanti le lunghe trafile di verifica richieste dagli istituti di credito.

Che tipo di supporto esiste per tutelare i lavoratori autonomi?
È proprio con l’intenzione di tutelare questa categoria di lavoratori che nasce una delle più recenti realtà **Fintech** del **mercato italiano**, ovvero **AideXa**. Nata proprio con lo scopo di supportare le **PMI** e le **partite IVA**, vanta una rete di investitori e di partner di alto profilo, con finanziamenti per oltre 45 milioni di euro. Un vero e proprio traguardo storico, quello raggiunto dai suoi promotori, **Roberto Nicastro** e **Federico Sforza**, entrambi veterani nel settore bancario.
Il focus dell’azienda su **PMI** e **partite IVA** nasce dalla consapevolezza che questi lavoratori, che producono da soli metà del PIL italiano, sono spesso poco tutelati e faticano a trovare soluzioni finanziarie in linea con le loro reali esigenze.

In che modo i professionisti possono affidarsi a questi finanziamenti?
AideXa si pone perciò come obiettivo quello di offrire agli autonomi di qualsiasi settore un finanziamento in modo semplice e immediato: è questo in breve quello che rappresenta **X Instant**, il finanziamento con cui la società si è lanciata sul mercato. Bastano solo 20 minuti per completare la richiesta e soprattutto, non è più necessario produrre documenti cartacei. Difatti, grazie all’uso delle più recenti tecnologie di **Open Banking**, vengono recuperate le informazioni necessarie direttamente dalla banca del richiedente.
Questo gli permette di concentrarsi maggiormente sui **flussi di cassa** rispetto ai bilanci, che in un momento disruptive come quello attuale sono considerati strumenti sempre più obsoleti. Inoltre, è possibile fare una proposta di finanziamento più vantaggiosa perché basata su una fotografia maggiormente **organica e precisa** dello stato di salute delle singole imprese.
Una volta approvato il finanziamento è necessario aspettare solo **48 ore** per ricevere il denaro. Il tutto si svolge ovviamente nella **totale sicurezza** per i propri dati, grazie all’utilizzo di **tecnologie strutturate e certificate**.
Nell’ottica di una ripresa dei vari settori, e di quello tecnico in particolare, che sta diventando rapidamente sinonimo di **ricostruzione** sia in senso letterale, che metaforico, un intermediario finanziario di questo tipo è indubbiamente un alleato importante. Infatti, grazie alla sua filosofia, al suo reale orientamento verso i più “piccoli” e a **sostegni** mirati può costituire un reale supporto nell’uscita dalla crisi del settore e favorirne una rapida ripartenza.

Online

22 aprile 2021
Aziendabanca.it
https://www.aziendabanca.it/notizie/fintech-insurtech/italiafintech-aidexa-euclidea-lending-solution

AideXa, Euclidea e Lending Solution entrano in ItaliaFintech

Tre nuovi associati e due Corporate Partner entrano a far parte di **ItaliaFintech**, Associazione Italiana che raggruppa gli operatori del FinTech in Italia.

L'associazione ha rafforzato la propria base associativa con l'ingresso di **AideXa, Euclidea e Lending Solution**.

Entrano come **Corporate Partner**, invece, **EY e KPMG** che verranno coinvolti nella vita associativa per l'identificazione delle linee guida di indirizzo e metteranno a disposizione il proprio know how e la capacità di ricerca anche per i Bud.

Per sostenere i nuovi progetti ItaliaFintech ha voluto dedicare parte delle attività anche ai cosiddetti **Bud**, **startup FinTech con meno tre anni di attività e fatturato inferiore a 1 milione** con i quali collaborare in termini di networking e supporto sull'evoluzione normativa per facilitare la loro crescita.

Sei le startup selezionate al momento: **Redo**, società specializzata in nano-finanziamenti personali via smartphone, **Trakti**, piattaforma evoluta per la gestione delle contrattazioni e dei processi negoziali on line; **Noleggio Energia**, piattaforma leader in Italia per il finanziamento della transizione energetica e per l'utilizzo accessibile alle PMI delle migliori tecnologie per l'efficienza energetica; **MDI**, specializzato in microcredito per startup, piccole aziende e professionisti; **Kalaway**, società specializzata nella gestione della finanza aziendale completamente in outsourcing e **Change Capital**, marketplace per la finanza di impresa.

Online

22 aprile 2021
Lamiafinanza.it
https://www.lamiafinanza.it/2021/04/italiafintech-entrano-aidexa-euclidea-e-lending-solution-kpmg-e-ey-corporate-partner/

Italiafintech: entrano AideXa, Euclidea e Lending Solution. KPMG e EY corporate partner

Tre nuovi associati e due Corporate Partner entrano a far parte di ItaliaFintech, Associazione Italiana che raggruppa gli operatori del Fintech in Italia, che rafforza la propria base associativa con l'ingresso di AideXa, società fintech specializzata nell'instant lending per PMI e partite IVA italiane, Euclidea, società fintech di gestione patrimoniale mobiliare e Lending Solution, società specializzata in servizi e tecnologie avanzate per un digital onboarding sicuro.

"AideXa è dedicata a chi fa impresa e sente il bisogno di servizi finanziari e bancari dedicati, semplici e immediati – commenta Roberto Nicastro, Presidente di AideXa. Aderire a ItaliaFintech è un passaggio coerente. Il movimento fintech e open banking è fatto di grande propulsione innovativa e competitiva a beneficio dei clienti famiglie e imprese. Come tutte le evoluzioni richiede in parallelo avanzamento delle norme, grande attenzione di istituzioni e regolatori, possibili partnership tra banche e fintech, adeguamento e conformità dei comportamenti da parte di tutti gli attori. Non vi è dubbio che ItaliaFintech potrà svolgere un ruolo importante."

''Siamo felici di partecipare ad ItaliaFintech, e insieme agli altri associati continuare a fare innovazione – dichiara Stefano Rossi Amministratore Delegato di Euclidea. Il nostro settore specifico, quello del risparmio gestito, finora è stato particolarmente refrattario ai cambiamenti che portano vantaggi concreti al cliente finale attraverso l'uso intelligente della tecnologia. Il momento è invece particolarmente favorevole per parlarne perché il pubblico dei risparmiatori vuole e gradisce queste innovazioni".

"Abbiamo sempre creduto nella innovazione tecnologica come fattore critico di successo essenziale per le imprese del settore finanziario" – dichiara Salvatore Mafodda, Amministratore unico di Lending Solution. Attraverso la realizzazione di servizi di sicurezza, gestione e verifica della clientela che rispondano all'evoluzione del mercato e garantiscano un time to market più efficiente a Banche e Finanziarie. Aderire ad ItaliaFintech è per Noi un'importante occasione per approfondire e discutere sulle tendenze, opportunità e rischi dell'innovazione stessa, avvalendoci di un gruppo straordinario e ben selezionato di imprese particolarmente sensibili a questo tema".

Entrano come Corporate Partner, invece, EY e KPMG che verranno coinvolti nella vita associativa per l'identificazione delle linee guida di indirizzo e metteranno a disposizione il proprio know how e la capacità di ricerca anche per i Bud.

Per sostenere i nuovi progetti ItaliaFintech ha voluto dedicare parte delle attività anche ai cosiddetti Bud, startup fintech con meno tre anni di attività e fatturato inferiore a € 1 milione con i quali collaborare in termini di networking e supporto sull'evoluzione normativa per facilitare la loro crescita.

Sei le startup: Redo, società specializzata in nano-finanziamenti personali via smartphone, Trakti, piattaforma evoluta per la gestione delle contrattazioni e dei processi negoziali on line; Noleggio Energia, piattaforma leader in Italia per il finanziamento della transizione energetica e per l'utilizzo accessibile alle PMI delle migliori tecnologie per l'efficienza energetica; MDI, specializzato in microcredito per startup, piccole aziende e professionisti; Kalaway, società specializzata nella gestione della finanza aziendale completamente in outsourcing e Change Capital, marketplace per la finanza di impresa.

ItaliaFintech nel 2021 continuerà a promuovere il settore che ha saputo dimostrare quanto la tecnologia sia in grado di avvicinare i servizi finanziari al mondo delle imprese e delle famiglie e

che solo nello scorso anno, con riferimento al comparto del lending, ha erogato finanziamenti alle PMI per Euro 1,7 miliardi, quattro volte superiore a quanto stanziato nell'anno precedente. L'Associazione agirà anche quest'anno per sostenere il dialogo tra istituzioni, regolatori, operatori a favore di una maggior concorrenza ed equità di trattamento nell'ambito del settore finanziario, auspicando risposte concrete a livello istituzionale ed incentivi per un ulteriore sviluppo del Fintech in Italia, con l'augurio di rendere il nostro Paese, ed in particolare Milano, meta attrattiva per un fintech internazionale.

Online

22 aprile 2021
Simplybiz.eu
https://www.simplybiz.eu/italiafintech-entrano-aidexa-euclidea-lending-solution/

Italiafintech: entrano Aidexa, Euclidea e Lending Solution. Kpmg ed Ey corporate partner

Tre nuovi associati e due corporate partner entrano a far parte di **ItaliaFintech**, associazione italiana che raggruppa gli operatori del fintech in Italia, che rafforza la propria base associativa con l'ingresso di **Aidexa**, società fintech specializzata nell'instant lending per pmi e partite iva italiane, **Euclidea**, società fintech di gestione patrimoniale mobiliare e **Lending Solution,** società specializzata in servizi e tecnologie avanzate per un digital onboarding sicuro.

"Aidexa è dedicata a chi fa impresa e sente il bisogno di servizi finanziari e bancari dedicati, semplici e immediati – commenta **Roberto Nicastro**, presidente di **AideXa –**. *Aderire a ItaliaFintech è un passaggio coerente. Il movimento fintech e open banking è fatto di grande propulsione innovativa e competitiva a beneficio dei clienti famiglie e imprese. Come tutte le evoluzioni richiede in parallelo avanzamento delle norme, grande attenzione di istituzioni e regolatori, possibili partnership tra banche e fintech, adeguamento e conformità dei comportamenti da parte di tutti gli attori. Non vi è dubbio che ItaliaFintech potrà svolgere un ruolo importante."*

"Siamo felici di partecipare ad ItaliaFintech, e insieme agli altri associati continuare a fare innovazione – dichiara **Stefano Rossi**, amministratore delegato di **Euclidea** -. *Il nostro settore specifico, quello del risparmio gestito, finora è stato particolarmente refrattario ai cambiamenti che portano vantaggi concreti al cliente finale attraverso l'uso intelligente della tecnologia. Il momento è invece particolarmente favorevole per parlarne perché il pubblico dei risparmiatori vuole e gradisce queste innovazioni".*

"Abbiamo sempre creduto nella innovazione tecnologica come fattore critico di successo essenziale per le imprese del settore finanziario – dichiara **Salvatore Mafodda**, amministratore unico di **Lending Solution** -. *Attraverso la realizzazione di servizi di sicurezza, gestione e verifica della clientela che rispondano all'evoluzione del mercato e garantiscano un time to market più efficiente a Banche e Finanziarie. Aderire ad ItaliaFintech è per Noi un'importante*

occasione per approfondire e discutere sulle tendenze, opportunità e rischi dell'innovazione stessa, avvalendoci di un gruppo straordinario e ben selezionato di imprese particolarmente sensibili a questo tema".

Entrano come corporate partner, invece, **Ey** e **Kpmg** che verranno coinvolti nella vita associativa per l'identificazione delle linee guida di indirizzo e metteranno a disposizione il proprio know how e la capacità di ricerca anche per i Bud.

Per sostenere i nuovi progetti ItaliaFintech ha voluto dedicare parte delle attività anche ai cosiddetti Bud, startup fintech con meno tre anni di attività e fatturato inferiore a 1 milione di euro, con i quali collaborare in termini di networking e supporto sull'evoluzione normativa per facilitare la loro crescita.

Sei le startup: **Redo**, società specializzata in nano-finanziamenti personali via smartphone, **Trakti**, piattaforma evoluta per la gestione delle contrattazioni e dei processi negoziali on line; **Noleggio Energia**, piattaforma **leader in Italia** per il finanziamento della transizione energetica e per l'utilizzo accessibile alle PMI delle migliori tecnologie per l'efficienza energetica; **MDI**, specializzato in microcredito per startup, piccole aziende e professionisti; **Kalaway**, società specializzata nella gestione della finanza aziendale completamente in outsourcing e **Change Capital**, marketplace per la finanza di impresa.

ItaliaFintech nel 2021 continuerà a promuovere il settore che ha saputo dimostrare quanto la tecnologia sia in grado di avvicinare i servizi finanziari al mondo delle imprese e delle famiglie e che solo nello scorso anno, con riferimento al comparto del lending, ha erogato finanziamenti alle pmi per 1,7 miliardi di euro, quattro volte superiore a quanto stanziato nell'anno precedente. L'associazione agirà anche quest'anno per sostenere il dialogo tra istituzioni, regolatori, operatori a favore di una maggior concorrenza ed equità di trattamento nell'ambito del settore finanziario, auspicando risposte concrete a livello istituzionale ed incentivi per un ulteriore sviluppo della fntech in Italia, con l'augurio di rendere il nostro Paese, e in particolare Milano, meta attrattiva per una fintech internazionale.

Online

22 aprile 2021
Lamescolanza.com
https://www.lamescolanza.com/2021/04/22/nimai-curera-la-comunicazione-social-di-aidexa/

Nimai curerà la comunicazione social di Aidexa

Nimai, agenzia di marketing esperta nella realizzazione di strategie e contenuti social mediali, curerà la parte di comunicazione digitale di **AideXa**, la fintech con a capo **Roberto Nicastro e Federico Sforza** che si occupa esclusivamente delle piccole imprese e partite iva italiane.

L'amministratore delegato di AideXa ha dichiarato: "*AideXa è stata ideata per gli imprenditori e la chiave per rispondere alle reali esigenze di chi fa impresa è in quel "fattore X". Con la tecnologia siamo convinti di poter facilitare il lavoro dell'imprenditore con semplicità, velocità, trasparenza e sicurezza. Un segmento ancora poco ascoltato dal mondo finanziario e su cui crediamo ci siano ampi margini di sviluppo, per contribuire alla crescita di produttività e digitalizzazione del Paese*".

"*Collaborare con una realtà come AideXa che mette l'innovazione e le persone al centro della sua missione è una straordinaria opportunità di allenare la nostra capacità di interpretare e comunicare il cambiamento* – ha spiegato **Tommaso Stefani, ceo di Nimai** (in foto) -. *E' molto stimolante per noi sostanziare un posizionamento dove si incrociano i temi competitivi più attuali e rilevanti del settore bancario e non solo: open banking, educazione finanziaria, digitalizzazione del PMI, intelligenza artificiale, trasparenza e sicurezza nella gestione dei dati, semplificazione della relazione banca-cliente, velocità di erogazione del credito, attenzione alle persone*".

Alla base di questa partnership è prevista una strayegia digitale che fa leva sugli elementi diversi del brand e su uno storytelling che si sviluppa su due vie: una valoriale, incentrata sul racconto emozionale, empatico ed umano per far avvicinare le persone al brand, e l'altra di prodotto, ossia una comunicazione mirata e diretta per informare le PMI e le partite IVA dei vantaggi e delle offerte messe a disposizione dall'ambito tecnologico e normativo.

Online

23 aprile 2021
Aziendabanca.it
https://www.aziendabanca.it/notizie/tecno/aidexa- x-instant-experian

AideXa con Experian per trasformare la customer experience digitale delle imprese

Un servizio di instant lending per piccole imprese e partite IVA, che grazie all'open banking risponde a una richiesta di finanziamento in pochi minuti e, se la valutazione è positiva, eroga entro 48 ore. È la killer application di AideXa, la FinTech promossa da Roberto Nicastro e Federico Sforza.
Un finanziamento rapido, chiamato X Instant, che risponde alle esigenze delle imprese grazie a una migliore conoscenza dei dati e che fa leva, oltre che sull'apertura imposta dalla PSD2, sul patrimonio informativo di Experian. Abbiamo approfondito i dettagli del progetto e le potenzialità dell'open banking con **Federico Sforza, CEO e co-fondatore di AideXa**, e **Armando Capone, Chief Commercial Officer di Experian Italia**.

Domanda. Dottor Sforza, AideXa nasce per sviluppare un'offerta digitale per le piccole imprese, un segmento tradizionalmente vicino alle banche territoriali e alla filiale. Per queste aziende, come per tutta l'economia, l'ultimo anno è stato molto difficile. Federico Sforza. In una situazione senza precedenti come quella della pandemia, le aziende hanno cercato di avere accesso al credito. Ma PMI e partita IVA hanno storicamente più difficoltà a ottenere finanziamenti. E questo soprattutto per due motivi: le istruttorie quasi infinite sono accompagnate da un'enorme mole documentale; e la risposta della banca arriva dopo tre o sei settimane. Invece agli imprenditori serve avere le somme richieste in pochi giorni, per tamponare il problema di liquidità.

A questo scenario si aggiunge anche un cortocircuito nell'assegnazione del merito creditizio: il bilancio, il documento più comune per la concessione di un prestito, nel 2020 è diventato obsoleto e inaffidabile, con interi settori costretti a ripensare i modelli di business. Già a ottobre 2020, con la seconda ondata pandemica, il bollettino BCE avvertiva di rischi crescenti di credit crunch. Da questo punto di vista, complice la garanzia statale del 100% sui prestiti fino a 25mila euro, l'Italia è in controtendenza rispetto all'Europa con un incremento a dicembre del 3,9% dei prestiti erogati. Facile però pensare che la situazione sia destinata a cambiare radicalmente.

D. In questo contesto difficile è arrivato il lancio di AideXa e del finanziamento X Instant. In che modo una valutazione del credito basata su open banking e svolta online può essere un vantaggio per gli imprenditori? FS. Attraverso l'open banking siamo in grado di conoscere molto meglio l'impresa e di fare una valutazione molto più equa rispetto ai processi tradizionali. Diversamente dal bilancio, che guarda solo al passato, l'analisi dei flussi del conto corrente fatta grazie alla PSD2 permette di comprendere molto meglio quanto un'impresa sia in salute, evitando le storture create da cluster, categorizzazioni e dati contabili vecchi di oltre 12 mesi. Un ristorante che è riuscito a reinventarsi durante il lockdown, grazie al delivery o al takeaway e sfruttando piattaforme

digitali, è profondamente diverso da uno che per mille motivi non lo ha fatto. L'open banking ci permette di capirlo immediatamente, senza che l'imprenditore debba produrre documenti per dimostrarlo.

D. Su quale customer experience state puntando per conquistare le medie e soprattutto le piccole imprese ?

FS. L'open banking è un cambiamento epocale che crea maggiore concorrenza e dà il via liberà alla realizzazione di nuovi servizi finanziari focalizzati sulle esigenze dei privati e delle PMI. Offre sicuramente un vantaggio in termini di costi. Ma c'è anche un secondo notevole vantaggio: quello dei tempi. L'analisi dei dati e l'intelligenza artificiale consentono di valutare il merito creditizio in tempo reale e di avere a disposizione la cifra richiesta entro 48 ore. Questo perché l'analisi dei dati e dei flussi di cassa permette di avere una comprensione più organica dello stato di salute della singola impresa rispetto ai dati di bilancio.

Domanda. Dottor Capone, X Instant fa leva anche sul vostro patrimonio informativo di dati, in che modo l'esperienza di AideXa può fornire ispirazione per ripensare la customer experience dei clienti impresa?

Armando Capone. L'accesso ai dati transazionali contenuti all'interno dei conti correnti permette di ridurre notevolmente i tempi di attesa e di semplificare il processo d'istruttoria, che spesso richiede all'imprenditore molto tempo per il reperimento della documentazione necessaria ad avviare la pratica. Con pochi click e in modo trasparente e istantaneo, il cliente può evitare di allegare una vasta quantità di documenti per certificare il proprio cashflow operativo, finanziario e d'investimento, e produrre KPI utili per permettere all'istituto finanziario di effettuare una valutazione immediata che spesso si traduce in una proposta di finanziamento nell'arco di poche ore.

D. Dottor Sforza, il lancio del finanziamento X Instant riassume questa nuova filosofia: quali sono le caratteristiche di questo prodotto "open banking based" e che user experience offre agli imprenditori ?

FS. Con X Instant siamo riusciti a rivoluzionare l'accesso al credito. Gli imprenditori che hanno richiesto questo finanziamento della durata di 12 mesi e rimborso mensile, rivolto a ditte individuali, società di persone e capitali con fatturato compreso tra i 100mila e i 10 milioni di euro, sono rimasti entusiasti. L'experience è una novità assoluta per il mercato italiano. Una volta inserita la partita IVA, AideXa pensa a tutto: recupera i dati necessari e l'imprenditore deve solo validarli senza produrre alcuna documentazione cartacea e, una volta associate le banche con cui l'impresa lavora, AideXa analizza in tempo reale il merito creditizio dell'azienda così da fornire immediatamente una proposta di finanziamento. Devo dire che questa velocità e semplicità ha colpito positivamente non pochi clienti.

D. Nella roadmap di AideXa, sin dalla prima conferenza stampa di presentazione, c'è l'intenzione di diventare banca. In quali ambiti state lavorando per un'offerta "open", appunto semplice e istantanea?

FS. Stiamo lavorando con l'obiettivo di ottenere le autorizzazioni per operare come banca nel corso del 2021 e diventare così la prima banca FinTech in Italia dedicata alle piccole imprese e

partite IVA. L'offerta di prodotti finanziari dedicati alle PMI si allargherà anche al conto, ovviamente puntando sulla stessa customer experience del finanziamento X Instant.

D. Le piccole imprese si affidano spesso a banche del territorio per contare su un rapporto diretto e personale con la banca. In cui comunicare anche aspetti qualitativi che non sempre sono intercettati dai processi di valutazione della banca. Come si portano questi aspetti qualitativi e relazionali in un servizio digitale?
FS. Per noi la relazione con l'imprenditore è fondamentale tanto quanto garantire un'esperienza semplice e immediata: come mi piace ripetere siamo persone prima di aziende. Ormai la distinzione tra fisico e digitale non ha più senso. L'imprenditore, come tutti, vuole i benefici di entrambi: vuole evitare di dover prendere un appuntamento, prendere la macchina, fare la coda in filiale e portarsi lo zaino stracolmo di documenti, ma vuole comunque avere un professionista con cui confrontarsi se necessario. Proprio per questo motivo le imprese che richiedono un finanziamento con noi possono essere accompagnate passo passo da uno dei nostri business banker per poter garantire un'experience fully digital ma che mantenga quel rapporto diretto che ha un grande valore per molti imprenditori.

Domanda. Dottor Capone, a proposito di questo legame storico tra piccole imprese e banche del territorio per costruire un rapporto diretto, in che modo automazione e open banking permettono di portare sul digitale anche le informazioni più qualitative e gli aspetti soft della relazione?
AC. Naturalmente il rapporto diretto ha i suoi vantaggi, ma occorre che l'imprenditore sia ben preparato e provvisto di tutta la documentazione necessaria per richiedere il finanziamento ed è inevitabile che ci possa essere un giudizio soggettivo da parte dell'addetto della banca che potrebbe incidere negativamente sull'esito finale.

Se un flusso di instant lending è progettato con un canale di acquisizione user friendly e dotato di strumenti di supporto efficaci e intuitivi, come le FAQ o una live chat, l'imprenditore può beneficiare di un'esperienza persino migliore rispetto a quella diretta ed eliminare le difficoltà dovute alla burocrazia. Basti pensare che, grazie alla PSD2, è possibile produrre oltre 12 mesi di storico transazionale aggregando tutti i conti correnti e fornire informazioni puntuali e precise che vengono strutturate e classificate con un sofisticato motore di categorizzazione basato sul machine learning in grado di garantire l'equità della valutazione.

Inoltre, i dati transazionali portano benefici anche agli imprenditori, perché, ad esempio, permettono agli istituti finanziari di proporre il prodotto più adeguato e stimare automaticamente il miglior giorno in cui richiedere il pagamento della rata. Poter accedere direttamente ai dati di conto corrente consente una semplicità e tempestività delle operazioni, solitamente associate al rapporto diretto, ma con la garanzia di una totale trasparenza.

Domanda. Dal punto di vista di Experian, come si può innovare la customer experience del cliente impresa, grazie all'open banking?
AC. Uno dei fronti con più ampio margine di miglioramento per la customer experience è sicuramente la comprensione dei bisogni e delle necessità del cliente. L'open banking, per esempio, consente un'analisi precisa e dettagliata delle transazioni e dei cashflow, fornendo

alla banca tutti i dati per comprendere al meglio le esigenze dell'azienda. Così facendo, potranno essere create e formalizzate offerte ancor più personalizzate sia per caratteristiche sia per pricing, che possono portare da un lato a una maggiore soddisfazione del cliente stesso, dall'altro a un tasso di successo superiore quando si parla ad esempio di offerte integrative o aggiuntive.

Domanda. Dottor Capone, a che punto di maturità ritiene siano arrivati l'open banking italiano e i diversi player dell'ecosistema?
AC. Dal 14 settembre 2019, data di entrata in vigore della PSD2 in Europa, sono stati fatti grandi progressi e il 90% delle banche Italiane dichiara di aver predisposto le API previste dalla direttiva. La Banca d'Italia ha concesso la licenza AISP e/o PISP a 10 TPP (Third Party Provider), mentre oltre 120 sono le realtà che possono operare nel nostro Paese con una licenza ottenuta in Europa grazie al "passport". Le chiamate alle API bancarie delle banche italiane sono state fino a oggi superiori a 40 milioni, con un incremento crescente nel tempo. Parallelamente, è cresciuta anche la consapevolezza degli utenti che mostrano buona disponibilità a concedere l'accesso ai propri conti. Naturalmente ci sono margini di miglioramento specie per ciò che riguarda la standardizzazione delle API, la quantità di dati trasmessi e alcune difficoltà tecniche che, in alcuni casi, limitano l'efficacia di specifici casi d'uso. Confidiamo nella crescita dell'ecosistema che sta nascendo attorno all'open banking e negli sforzi dell'EBA (European Banking Authority) che, con le sue raccomandazioni, opera per sollecitare gli organi di vigilanza affinché impongano la rimozione degli ostacoli ancora esistenti che limitano la piena realizzazione della PSD2.

Domanda. Negli ultimi anni, convegni e analisi sulla PSD2 hanno dato molta attenzione al cliente retail privato. Forse il potenziale dell'open banking sul segmento PMI, finora, è stato un po' sottovalutato?
AC. Che le banche si siano concentrate finora soprattutto sul segmento retail nella loro implementazione di servizi basati sull'open banking è un dato di fatto, anche se non mancano esempi virtuosi di servizi indirizzati prettamente al mondo delle imprese, in particolare alle PMI. Probabilmente le organizzazioni bancarie, soprattutto quelle più tradizionali, hanno pensato di puntare prima sulla clientela retail per una maggiore semplicità delle applicazioni, o perché è quella che garantisce riscontri più rapidi. Noi riteniamo però che le PMI abbiamo tutto da guadagnare da una più estesa implementazione di servizi basati sull'open banking, in tema di tempestività e di trasparenza, valori sempre più importanti nello scenario economico attuale.

La nostra partnership con AideXa va proprio in questa direzione, quella di mettere uno strumento importante come l'open banking al servizio di chi storicamente rappresenta l'anima economica del nostro paese. Il digital lending è solo uno degli strumenti che permettono in modo quanto mai concreto alle aziende di programmare la loro crescita. In mercati più avanzati rispetto al nostro, come il Regno Unito con i suoi 18 mesi di vantaggio, abbiamo già visto fiorire una serie di servizi diversi e sempre più personalizzati che, senza troppi dubbi, vedremo arrivare anche da noi nel corso del tempo.

Online

28 aprile 2021
MF Dow Jones
https://www.milanofinanza.it/news/ricerca-mfdj?testo=aidexa&chktitolo=&datadal=&dataal=&archivio=

MILANO CAPITALI: Nicastro (AideXa), IA e' svolta nei servizi finanziari

MILANO (MF-DJ)--"AideXa nasce per avere un operatore dedicato a piccole e piccolissime imprese: dalle Partite Iva fino a 10 mln di fatturato. In Italia si tratta di 7 mln di operatori, una fascia che pesa circa la meta' del Pil e non era oggetto di sufficiente attenzione da parte degli operatori tradizionali. Abbiamo sviluppato subito prodotti alternativi: il primo che abbiamo sviluppato e' un prestito istantaneo: in 10 minuti di tempo, senza far ricorso alla burocrazia, diamo all'imprenditore la risposta creditizia grazie a un uso significativo di tecnologia e dell'Intelligenza artificiale". Lo ha affermato Roberto Nicastro, ex Unicredit, fondatore e presidente di AideXa Spa, nel corso dell'evento Milano Capitali, organizzato da Class E. "Il Covid ha generato una significativa accelerazione degli imprenditori verso il digitale. Noi, per facilitare l'interazione, mettiamo a disposizione un business banker in carne ed ossa in video sempre a disposizione dell'imprenditore". cce MF-DJ NEWS.

Online

28 aprile 2021
Milanofinanza.it
https://www.milanofinanza.it/news/milanocapitali-giorgino-banche-tradizionali-e-fintech-devono-collaborare-202104281043454595

MilanoCapitali, Giorgino: banche tradizionali e fintech devono collaborare

Secondo il direttore scientifico dell'Osservatorio Fintech & Insurtech, istituti di credito tradizionali e soggetti innovativi devono creare un nuovo ecosistema creditizio. Attraverso le società fintech, le banche possono riscoprire velocità e attenzione al cliente

"Gli istituti di credito tradizionali possono e devono collaborare con i soggetti innovativi". Questo è il punto di vista di Marco Giorgino, direttore scientifico dell'Osservatorio Fintech & Insurtech, in occasione del panel di MilanoCapitali 2021 dedicato a Le nuove banche e le nuove non-banche. "Bisogna ripensare la narrativa corrente secondo cui gli incumbent siano in competizione con i nuovi operatori finanziari. I soggetti tradizionali ed innovativi devono dialogare per creare un nuovo ecosistema creditizio".

La convergenza tra tradizione e innovazione è cruciale anche secondo Paolo Fiorentino, ceo di Banca Progetto: "Da parte nostra, c'è l'intenzione di farsi contaminare dalle fintech. Stiamo lavorando per riprogrammare le nostre infrastrutture ed accogliere i cambiamenti digitali: vogliamo farci travolgere dalla velocità degli operatori innovativi, nonché dalla loro attenzione al customer service".

Rapidità e attenzione al cliente sono anche il focus di Roberto Nicastro, presidente di AideXa: "Per il piccolo imprenditore il servizio finanziario è secondario rispetto al suo business principale, quindi l'interfaccia con l'operatore deve avvenire in maniera semplice e senza burocrazia. Per farlo, sono fondamentali l'open banking e l'automatizzazione dei processi creditizi grazie all'intelligenza artificiale".

All'inizio, comunque, "le banche hanno subìto la Psd2", come ha ricordato Liliana Fratini Passi, direttore generale di Cbi. "Adesso però stanno entrando in un approccio proattivo per creare un ecosistema finanziario ricco di nuove opportunità di business, che vadano dall'open banking fino all'open finance".

La necessità di collaborare è più forte che mai in seguito alla pandemia da Covid-19, che ha "accelerato il comportamento dei clienti e ha determinato un cambiamento negli operatori bancari". Infatti, come ha ricordato Ugo Cotroneo, managing director e partner di Boston Consulting Group, "durante la pandemia è cresciuta la percentuale di utenti che hanno provato per la prima volta i canali digitali". Nonostante "ci sia ancora uno zoccolo duro di persone che vuole continuare a recarsi in filiale, il 60% dei clienti è disposto a interfacciarsi con un operatore anche a distanza, mediante una piattaforma digitale".

Che gli utenti siano più predisposti alla digitalizzazione del credito appare chiaro anche a Nicastro: "Quando AideXa è partita ci aspettavamo che il 50% dei clienti fosse scettico nei confronti della Psd2. Invece, con grande sorpresa, abbiamo scoperto che circa l'80% è favorevole all'utilizzo dell'open banking".

Insomma, il digitale piace, anche perché "permette di rispondere ai nuovi bisogni ed allarga la platea dei soggetti che possono beneficiare del credito", come ha sottolineato Isidoro Lucciola, presidente di L&P Investimenti e di Team System Financial Value Chain. Infatti, secondo Fratini Passi, il digitale è anche "al centro dell'agenda dell'Italia nella ripresa contro il Covid-19". Digitalizzazione, però, che non può riguardare solo le banche: "La regolamentazione dell'open banking ha obbligato solo il settore creditizio. Viene da chiedersi perché questa normativa non venga estesa anche ad altri settori". (riproduzione riservata)

Online

28 aprile 2021
Notizie.it
https://www.notizie.it/pmi-e-partite-iva-linstant-lending-di-aidexa-una-risposta-per-ripartire/?refresh_ce

PMI e Partite IVA: l'instant lending di AideXa una risposta per ripartire

Si intravede uno spiraglio di luce per le PMI e le Partita IVA, che per merito della fintech AideXa possono contare su un accesso al credito pressoché immediato.

Dopo più di un anno di convivenza con il Covid, di chiusure forzate e disagi economici inimmaginabili, **per le PMI e le Partite IVA italiane è arrivato il momento di pensare alla ripartenza**. Purtroppo la pandemia ha messo in ginocchio tantissime attività, che adesso si trovano a fare i conti con debiti accumulati e con una capacità di spesa pari a zero. Si intravede tuttavia uno spiraglio di luce per le PMI e le Partita IVA italiane, che per merito della nuova fintech **AideXa** possono oggi contare su un **accesso al credito pressoché immediato**.

Tutto ciò è finalmente possibile grazie all'Open Banking, che consente la condivisione dei dati bancari tra i diversi attori interessati e snellisce, di fatto, la procedura necessaria per ottenere un prestito. Scopriamo nel dettaglio come funziona e perché **l'instant lending può rivelarsi una risorsa preziosa per PMI e Partite IVA italiane** che vogliono ripartire.

AideXa: partner affidabile e innovativo per PMI e Partite IVA

AideXa è una nuova Fintech che si pone già come un leader in Italia per quanto riguarda l'offerta di prestiti istantanei, in quanto nel panorama nazionale non esistono molte realtà in grado di rispondere alle reali esigenze di PMI e Partite IVA. AideXa si rivolge proprio a queste realtà, proponendo la **formula X Instant** che si basa appunto sull'Open Banking.

Fino a qualche anno fa sarebbe stato impossibile ipotizzare l'erogazione di un finanziamento rapido per le piccole e medie imprese e per le partite IVA, in quanto la procedura da seguire prevedeva una serie di step e di passaggi burocratici necessari.

Tutto è cambiato con la PSD2, la direttiva europea sui pagamenti digitali emanata nel 2018, che di fatto ha aperto la strada all'Open Banking. Adesso, grazie alla condivisione dei dati bancari, è possibile ridurre al minimo le tempistiche e concedere un prestito rapido in modo semplificato, sicuro, trasparente. AideXa è una nuova banca che si pone come partner affidabile ed innovativo, rivolgendosi in modo esclusivo alle PMI e alle Partite IVA italiane che hanno bisogno di trovare **una soluzione rapida per uscire dalla crisi e pianificare la ripartenza**. La nuova Fintech, promossa da Roberto Nicastro e Federico Sforza, è riuscita a costruire una rete di investitori e partner di altissimo profilo, raccogliendo oltre 45 milioni.

X Instant: come funziona il prestito rapido di AideXa

La formula X Instant di AideXa consente di ottenere **un prestito immediato a breve termine della durata di 12 mesi** e si rivolge alle PMI e partite IVA italiane che hanno un fatturato compreso tra i 100.000 ed i 10 milioni di euro. È possibile ottenere fino a 100.000 euro di finanziamento a tasso fisso senza garanzie e semplicemente collegandosi al portale. È infatti sufficiente inserire alcune informazioni di base come il proprio numero di Partita IVA ed il nome delle banche associate e, a seguito delle verifiche da parte di AideXa, se la pratica viene accettata il gioco è fatto e **dopo 48 ore lavorative l'importo è accreditato sul conto corrente**: semplice, veloce, trasparente e sicuro, il tutto per semplificare il più possibile la vita di chi fa impresa.

È dunque piuttosto chiaro quanto la formula X Instant possa rivelarsi **vantaggiosa** per le imprese italiane che hanno bisogno, oggi più che mai, di un sostegno per ripartire velocemente. Una risposta per tutti coloro che non intendono rassegnarsi proprio adesso e ancor meno perdere tempo.

MILANO CAPITALI/1 NECESSARIE PIÙ SINERGIE PER UN ECOSISTEMA CREDITIZIO INTEGRATO

Il fintech si allea con le banche

Gli operatori tradizionali si aprono a una finanza rapida, inclusiva e focalizzata sul customer service. L'80% dei clienti è già disposto a cambiare e convertirsi alle promesse dell'open banking

DI GIULIA TALONE

Ugo Cotroneo

Marco Giorgino

Paolo Fiorentino

Isidoro Lucciola

Con un fatturato globale che nel 2030 potrebbe lievitare a 775 miliardi è ormai chiaro che l'assalto fintech ha conquistato la finanza tradizionale. Dal panel di *MilanoCapitali 2021* dedicato a *Le nuove banche e le nuove non-banche* è emerso che firmare un armistizio non basta. Adesso è tempo di riorganizzarsi e siglare un'alleanza, scardinando la vecchia narrativa «secondo cui gli incumbent siano in competizione con gli operatori finanziari moderni», ha sottolineato Marco Giorgino, direttore scientifico dell'Osservatorio Fintech & Insurtech. L'esperto ha evidenziato l'importanza della convergenza tra istituti di credito tradizionali e soggetti innovativi: «Banche e società fintech possono e devono collaborare per creare nuovi ecosistemi creditizi». C'è da dire che all'inizio gli incumbent «hanno subito la Psd2», come ha ricordato Liliana Fratini Passi, direttore generale di Cbi.

Ma a forzare le roccaforti del credito tradizionale ha contribuito la pandemia da Covid-19, che ha accelerato i cambiamenti strutturali già in atto. Le banche adesso «stanno adottando un approccio proattivo per creare un ecosistema finanziario ricco di nuove opportunità, che vadano dall'open banking fino all'open finance». Insomma, i vecchi operatori sono disposti a collaborare. Lo dimostra anche il fatto che, come precisato da Ugo Cotroneo, managing director e partner di Boston Consulting Group, oggi le startup del credito sono finanziate in larga misura proprio dagli istituti tradizionali. Ne è un esempio Paolo Fiorentino, ceo di Banca Progetto, che da tempo sta spingendo per una contaminazione con le fintech. «Vogliamo farci travolgere dalla velocità degli operatori innovativi e adattarci al loro modello di customer service», ha spiegato il banchiere. Lo scorso ottobre Banca Progetto ha destinato 1,5 milioni a Faire.ai, startup attiva nell'instant lending, mentre a marzo ha erogato un finanziamento da 800 mila euro a Young, una piattaforma di trading di criptovalute. Comunque, ha precisato Isidoro Lucciola, presidente di TeamSystem Financial Value Chain, «per le banche è molto difficile innovare in fretta». Per questo le società intermediarie come TeamSystem «sviluppano soluzioni innovative e le mettono a servizio degli istituti di credito utilizzando un approccio 100% digitale e focalizzato sul customer service».

MILANO CAPITALI 2021

Con l'inversione di rotta delle banche è cresciuta anche la fiducia dei clienti: «Durante la pandemia è salita la percentuale di utenti che hanno provato per la prima volta i canali digitali», ha evidenziato Cotroneo. Secondo le stime di Boston Consulting Group, «il 35% dei clienti retail nel post Covid userà meno i canali fisici a vantaggio di quelli digitali». Che il pubblico sia più predisposto alla digitalizzazione del credito appare chiaro anche a Roberto Nicastro. Infatti, se il presidente del cda di AideXa stimava che «il 50% dei clienti sarebbe stato scettico nei confronti della Psd2», è invece emerso che «circa l'80% è favorevole all'utilizzo dell'open banking». Le ragioni per cui una banca digitale abbia tanto successo non sono difficili da intuire: rapidità, attenzione al customer service e inclusività sono tre grandi benefici offerti dalle società fintech. Interfacciarsi con un operatore deve diventare più semplice, secondo Nicastro, «specialmente nel caso dei piccoli imprenditori, per cui il servizio finanziario è secondario rispetto al business principale». L'attenzione ai bisogni specifici del cliente è altrettanto importante, a detta di Cotroneo, in un momento in cui le aziende sono chiamate a innovare e adottare soluzioni alternative, quali pagamenti elettronici ed e-commerce. C'è poi la questione dell'inclusività: «L'automatizzazione dell'erogazione del credito permetterà di allargare la platea dei soggetti che possono beneficiare dei prestiti», ha ricordato Lucciola. E sulle frontiere dell'open data è arrivata la stoccata di Fratini Passi: «La regolamentazione dell'open banking ha obbligato solo il settore creditizio. Questa normativa dovrà essere estesa anche ad altri settori».
(riproduzione riservata)

Quotazioni, altre news e analisi su www.milanofinanza.it/fintech

Le performance degli strumenti sono convincenti, ora bisogna lavorare sulla cultura. E gli imprenditori vanno spinti verso le ipo

Per valutare i Pir il rendimento conta più della raccolta

DI MARCO CAPPONI

Su Eltif e Pir serve un cambio di paradigma: il dato della raccolta non è l'unico che conta. Tutt'altro. Una visione espressa, tra gli altri, da Simone Bini Smaghi, vicedirettore generale e responsabile direzione commerciale di Arca, durante l'evento *Pir, Eltif & C... Quanta benzina arriverà per le pmi*, panel nell'ambito della terza giornata della rassegna *MilanoCapitali 2021* di Class Editori. «La verità è che si deve porre l'accento sui risultati per i clienti, che sono stati positivi: investire in pmi, quotate e non, rende», ha detto il manager. Questo è tanto più vero se si considera che il momento attuale è propizio: «La massa di liquidità presente nei conti correnti», ha sottolineato Francesco De Astis, responsabile italian equity di Eurizon, «dovrà essere messa al lavoro nella ricerca di rendimenti», aggiungendo a questo fattore «la fiducia portata dall'insediamento di Draghi e dal rimbalzo dei mercati». Eppure, la raccolta di fondi di tipo Pir risulta ancora negativa: per De Astis le ragioni vanno ricercate «nel fatto che il legislatore ha pensato questi prodotti per un pubblico retail, quello più colpito dalle incertezze pandemiche».

Un ritorno di interesse è possibile? Per Massimo Trabattoni, head of italian equity di Kairos, la risposta è positiva: «Draghi e Next Gen Eu sommano fiducia e possibilità di rendimento», ha ribadito, ricordando però che «in Italia non c'è ancora la cultura degli investimenti a lungo termine». Se gli investitori non vedono ritorni nei primi anni, infatti, «possono preferire i parcheggi, senza rendersi conto delle alternative». Molto è già stato fatto, anche a livello normativo. «Il legislatore è stato innovativo nel cercare di portare linfa alle imprese», ha spiegato Giovanni Landi, vicepresidente e cd di Anthilia, «non solo con gli sgravi fiscali, ma anche con coperture in caso di minusvalenze».

Francesco De Astis

Franco Gaudenti

L'imperativo categorico è quello di ricreare un circolo virtuoso per mezzo della quotazione delle piccole aziende. Franco Gaudenti, presidente e ad di EnVent Capital Markets, ha segnalato che «la cultura è l'elemento essenziale, sia dal lato degli investitori sia da quello delle imprese». Le quotazioni sull'Aim sono significative, ma i numeri risultano ancora piccoli, e l'avvento degli Eltif «serve proprio a sbloccare il mercato, purché le imprese siano pronte a puntare sull'equity e non solo sul debito». Le aziende non devono snobbare le ipotesi di ipo. «Molte società si affacceranno alla quotazione, tra 50 e 100 ogni anno per i prossimi anni», ha concluso, ottimista, Kevin Tempestini, ceo e fondatore di Kt&Partners: «Il mercato Aim può quasi raddoppiare, e quindi crescerà l'offerta di occasioni d'investimento». C'è però anche un tema di sistema: «I Pir possono costituire centri d'acquisto per le quotate, ampliando così la diversificazione».
(riproduzione riservata)

ItaliaOggi — Giovedì 29 Aprile 2021 — 25

PRIMO PIANO

MILANO CAPITALI/ NECESSARIE PIÙ SINERGIE PER UN ECOSISTEMA CREDITIZIO INTEGRATO

Il fintech si allea con le banche

Gli operatori tradizionali si aprono a una finanza rapida, inclusiva e focalizzata sul customer service. L'80% dei clienti è già disposto a cambiare e convertirsi alle promesse dell'open banking

DI GIULIA TALONE

Ugo Cotroneo

Marco Giorgino

Paolo Fiorentino

Isidoro Lucciola

Con un fatturato globale che nel 2030 potrebbe lievitare a 775 miliardi è ormai chiaro che l'assalto fintech ha conquistato la finanza tradizionale. Dal panel di *MilanoCapitali 2021* dedicato a *Le nuove banche e le nuove non-banche* è emerso che firmare un armistizio non basta. Adesso è tempo di riorganizzarsi e siglare un'alleanza, scardinando la vecchia narrativa «secondo cui gli incumbent siano in competizione con gli operatori finanziari moderni», ha sottolineato Marco Giorgino, direttore scientifico dell'Osservatorio Fintech & Insurtech. L'esperto ha evidenziato l'importanza della convergenza tra istituti di credito tradizionali e soggetti innovativi: «Banche e società fintech possono e devono collaborare per creare nuovi ecosistemi creditizi». C'è da dire che all'inizio gli incumbent «hanno subito la Psd2», come ha ricordato Liliana Fratini Passi, direttore generale di Cbi.

Ma a forzare le roccaforti del credito tradizionale ha contribuito la pandemia da Covid-19, che ha accelerato i cambiamenti strutturali già in atto. Le banche adesso «stanno adottando un approccio proattivo per creare un ecosistema finanziario ricco di nuove opportunità, che vadano dall'open banking fino all'open finance». Insomma, i vecchi operatori sono disposti a collaborare. Lo dimostra anche il fatto che, come precisato da Ugo Cotroneo, managing director e partner di Boston Consulting Group, oggi le startup del credito sono finanziate in larga misura proprio dagli istituti tradizionali. Ne è un esempio Paolo Fiorentino, ceo di Banca Progetto, che da tempo sta spingendo per una contaminazione con le fintech. «Vogliamo farci travolgere dalla velocità degli operatori innovativi e adattarci al loro modello di customer service», ha spiegato il banchiere. Lo scorso ottobre Banca Progetto ha destinato 1,5 milioni a Faire.ai, startup attiva nell'instant lending, mentre a marzo ha erogato un finanziamento da 800 mila euro a Young, una piattaforma di trading di criptovalute. Comunque, ha precisato Isidoro Lucciola, presidente di TeamSystem Financial Value Chain, «per le banche è molto difficile innovare in fretta». Per questo le società intermediarie come TeamSystem «sviluppano soluzioni innovative e le mettono a servizio degli istituti di credito utilizzando un approccio 100% digitale e focalizzato sul customer service».

MILANO CAPITALI 2021

Con l'inversione di rotta delle banche è cresciuta anche la fiducia dei clienti: «Durante la pandemia è salita la percentuale di utenti che hanno provato per la prima volta i canali digitali», ha evidenziato Cotroneo. Secondo le stime di Boston Consulting Group, «il 35% dei clienti retail nel post Covid userà meno i canali fisici a vantaggio di quelli digitali». Che il pubblico sia più predisposto alla digitalizzazione del credito appare chiaro anche a Roberto Nicastro. Infatti, se il presidente del cda di AideXa stimava che «il 50% dei clienti sarebbe stato scettico nei confronti della Psd2», è invece emerso che «circa l'80% è favorevole all'utilizzo dell'open banking». Le ragioni per cui una banca digitale abbia tanto successo non sono difficili da intuire: rapidità, attenzione al customer service e inclusività sono tre grandi benefici offerti dalle società fintech. Interfacciarsi con un operatore deve diventare più semplice, secondo Nicastro, «specialmente nel caso dei piccoli imprenditori, per cui il servizio finanziario è secondario rispetto al business principale». L'attenzione ai bisogni specifici del cliente è altrettanto importante, a detta di Cotroneo, in un momento in cui le aziende sono chiamate a innovare e adottare soluzioni alternative, quali pagamenti elettronici ed e-commerce. C'è poi la questione dell'inclusività: «L'automatizzazione dell'erogazione del credito permetterà di allargare la platea dei soggetti che possono beneficiare dei prestiti», ha ricordato Lucciola. E sulle frontiere dell'open data è arrivata la stoccata di Fratini Passi: «La regolamentazione dell'open banking ha obbligato solo il settore creditizio. Questa normativa dovrà essere estesa anche ad altri settori». (riproduzione riservata)

Quotazioni, altre news e analisi su www.milanofinanza.it/xxxxx