



**Quando i robot apriranno lo studio.**

Vicenza, 04.02.2019, Marco Belmondo (Private Investor in Datrix, Chief Marketing Officer di 3rdPlace e FinScience)



## ARTIFICIAL INTELLIGENCE PER LA CRESCITA DATA-DRIVEN.

«L'era digitale da un lato produce incertezza per alcune organizzazioni, dall'altro apre le porte a nuove imprese o a imprese che sanno rinnovarsi, tornando come bambini, rimettendo in discussione processi esterni ed interni».

Per noi l'Artificial Intelligence deve essere intesa come Augmented Intelligence, ovvero come intelligenza acceleratrice non sostitutiva ma a supporto di quella umana.

**DA DOVE VENIAMO:** da Google, dalla Finanza, dagli Analytics, dai progetti Horizon 2020, dalla lunga esperienza di [3rdPlace | user & customer AI](#) con grandi aziende e dall'innovazione fintech di [Finscience | investment AI](#).

**COSA FACCIAMO:** soluzioni software e servizi basati su tecnologie proprietarie di Artificial Intelligence (AI) per

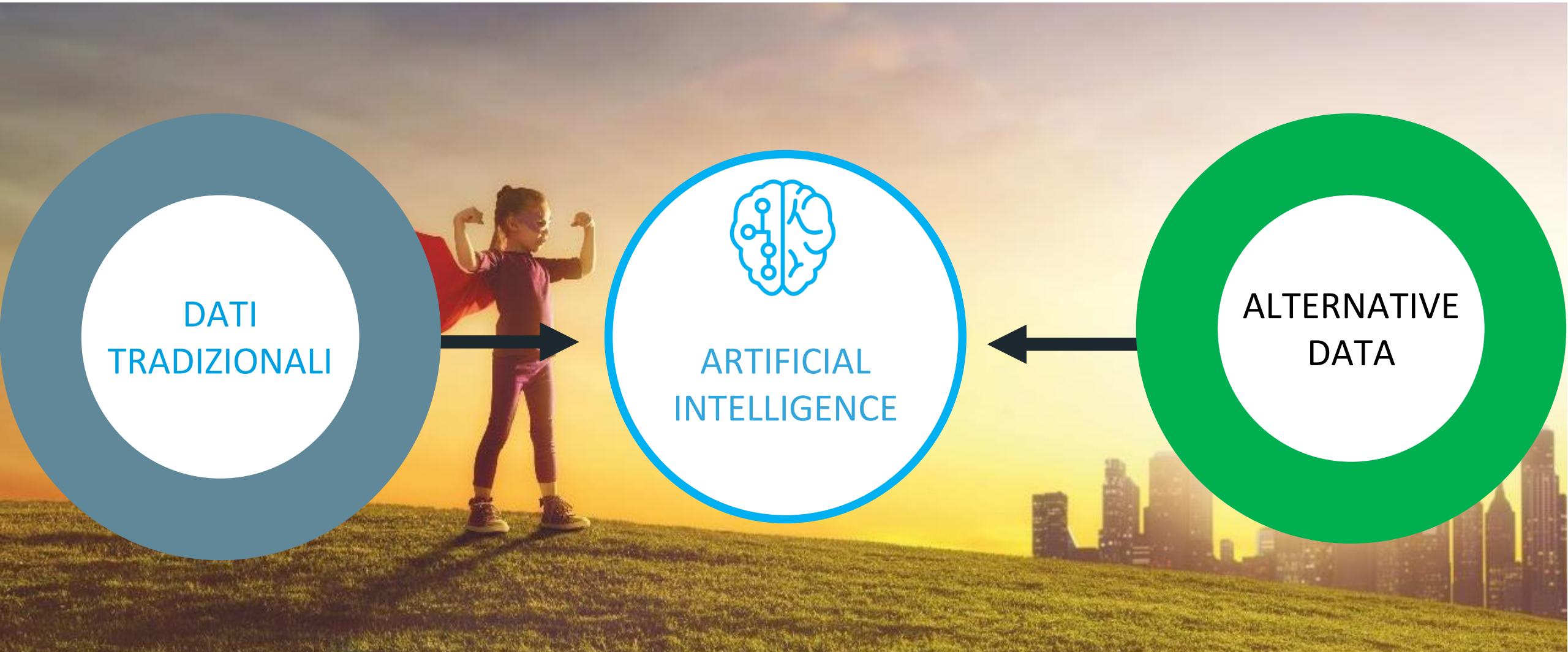
- acquisizione di nuovi clienti online ed offline e fidelizzazione degli esistenti,
- analisi di mercato finalizzate al lancio di nuovi prodotti e/o Paesi,
- ottimizzazione delle spese di marketing,
- miglioramento dei sistemi di scoring,
- creazione di modelli alternativi di investimento per Asset Management e Consulenza Finanziaria,
- segnalazione criticità e opportunità alle Investor Relations.

**QUALI DATI USIAMO:** spesso e volentieri il valore differenziante nasce dalla combinazione nel nostro data lake e dall'azionamento con algoritmi proprietari di machine learning di

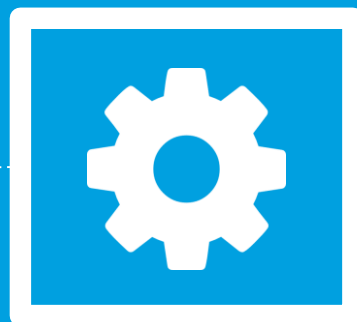


## Migliorare la stima del rischio default delle aziende.

Committente: primaria società di Business & Credit Information.



Implementazione di un modello predittivo data-driven per misurare la probabilità del default.



1.

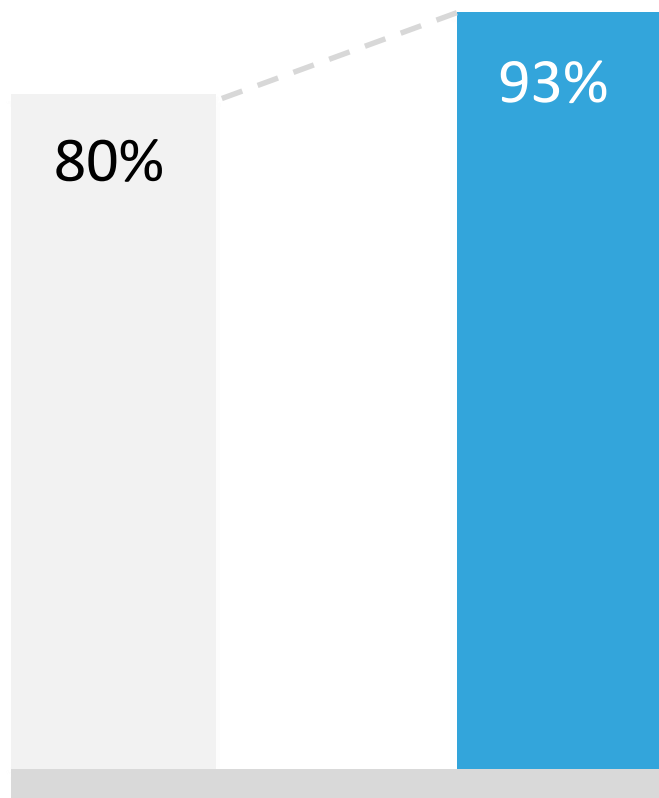
Applicare **algoritmi di machine learning** all'analisi di dati finanziari provenienti dalle Camere di Commercio.

2.

Sviluppare una **carta d'identità digitale** di ogni singola company (es, presenza, attività e digital reputation) arricchendo il dataset disponibile.

3.

**Integrare il segnale finanziario con l'informazione digitale** per raffinare la predizione rischio default rispetto a metodi tradizionali.



% di affidabilità modello di scoring

# +13% in 3 mesi di lavoro

Grazie al nuovo modello di scoring è stato possibile individuare:

- + **706 Bad Company** (Rischio Alto)
- + **17.338 Good Company** (Rischio Basso)

in un sotto-insieme di 135.000 aziende.

## GOAL

- > Far minimizzare investimenti rischiosi
- > Favorire il credito verso company virtuose

## METODO TRADIZIONALE

L'analisi tradizionale di Credit Risk sfruttava un max. di **15 o 16** variabili basate esclusivamente su dati finanziari tradizionali (bilanci).

VS

## APPROCCIO DATRIX sfruttando AI

- > Generazione di **1400** variabili estratte direttamente dai bilanci.
- > Raccolta **Dati digitali Alternativi** aggiornati in tempo reale.

DATI DI BILANCO  
FEATURE ENGINEERING  
UNBALANCED DATA



GRADIENT  
TREE  
BOOSTING

DIGITAL SCORING  
ID MATCHING  
DATA NORMALIZATION

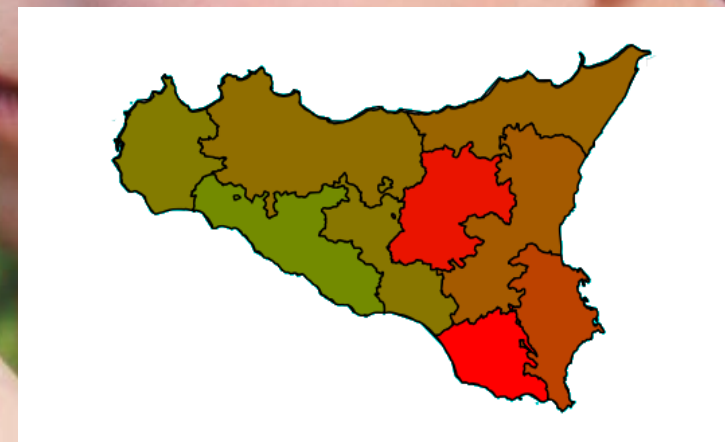
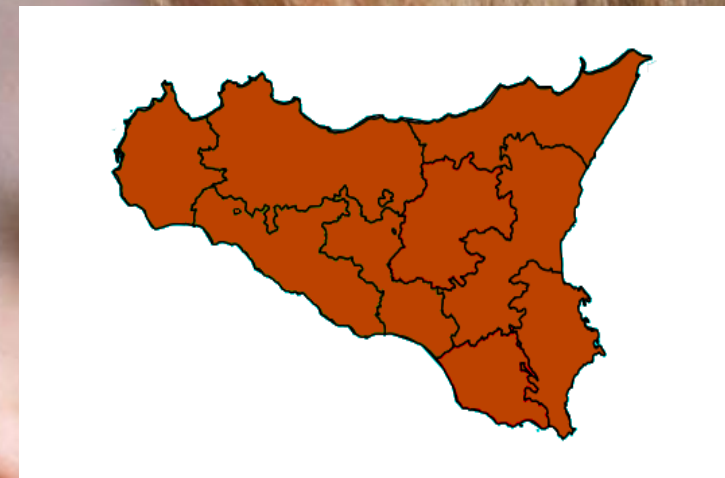
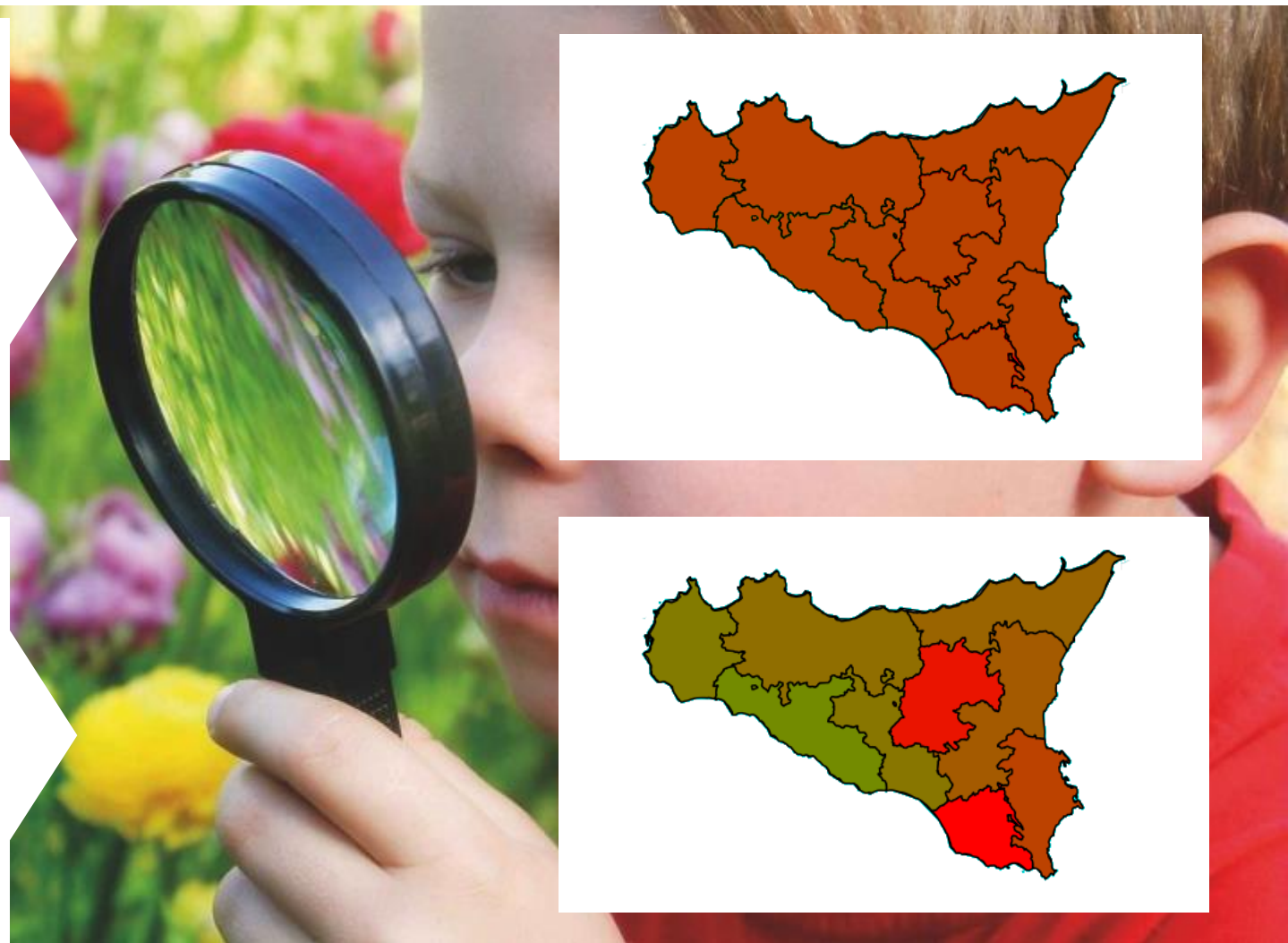
## METODO TRADIZIONALE

- > Unico coefficiente geografico calcolato a livello regionale
- > **Penalizzazioni** di comuni e regioni virtuose
- > Le companies siciliane vengono valutate ad **alto rischio**.

VS

## APPROCCIO DATRIX sfruttando AI

- > Scoring **granulare** considerando il Comune di appartenenza
- > Province differenti presentano un **rischio medio diverso** (es. Enna e Ragusa – Bad, Agrigento e Trapani – Good).





### Variabili tradizionali e variabili alternative.

#### Alcune variabili del modello tradizionale

- Ubicazione (Regione)
- Ritardo nel deposito bilancio
- Tempi medi di pagamento
  - Copertura interessi
  - Ratei e risconti attivi
    - Indebitamento
  - Patrimonio netto
  - .....

#### Nuove variabili da dati tradizionali

- Ubicazione (CAP)
- Analisi statistica media su n anni
  - Data inizio attività in giorni
- Distanza tra sede legale azienda e residenza imprenditore
- .....

#### Le nuove variabili digitali

- Presenza o meno digitale dell'azienda, imprenditori, azionisti, etc.
- Tipologia di presenza (social, web, app, etc.)
- Frequenza d'aggiornamento
- Tecnologia utilizzata
- Numero punti vendita
- Recensioni attività azienda
- .....

DATI TRADIZIONALI



Categoria Camera  
di Commercio:  
Officina meccanica



DATI ALTERNATIVI



Identificare le reali attività  
di mercato di un'azienda:  
*Officina con servizio  
rigenerazione FAP*



Identificare segnali e  
trend di mercato:  
*Es. agevolazioni fiscali  
per installazione FAP*



MERITO DI CREDITO



GRAZIE DELL'ATTENZIONE



**datatrix**  
AI applications



**Sede di Milano**

Foro Buonaparte 71  
20121 Milano [\[mappa\]](#)  
Tel +39 02 76281064



**Sede di Roma**

Via della Serra Nevada 60  
00144 Roma [\[mappa\]](#)  
Tel +39 06 48905684



**Sede di Cagliari**

Via Sassari 3,  
09123 Cagliari [\[mappa\]](#)  
Tel +39 07 02330213