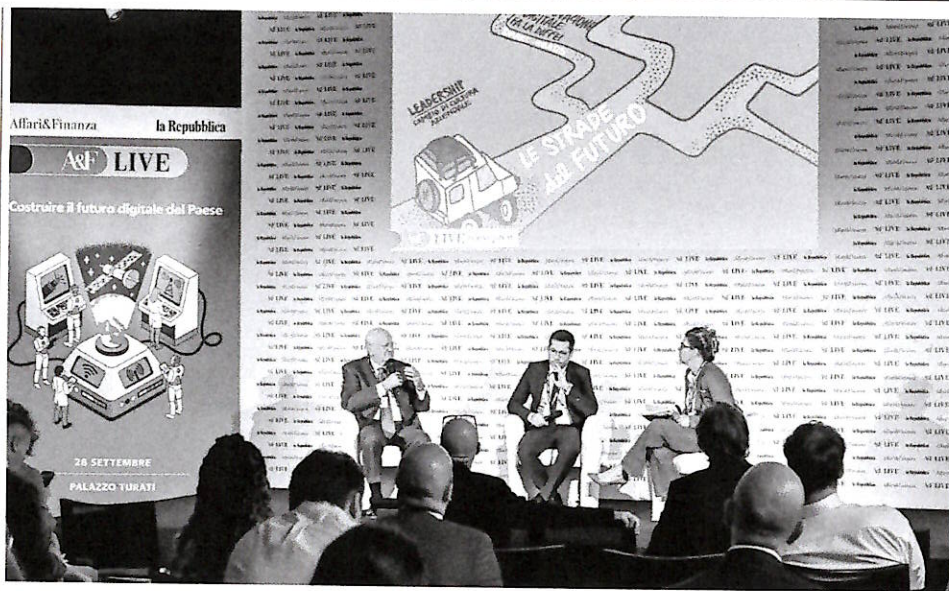




Un momento del talk A&F Live dedicato ai temi della digitalizzazione, ieri a Milano. Sul palco lo special advisor per la transizione digitale per Confindustria e amministratore delegato di Tim, Pietro Labriola



● Il dialogo con Elio Catania (Milano Serravalle Milano Tangenziali) e il docente del PoliMi Giulio Salvadori

LO SCENARIO

di CARLOTTA SCOZZARI
MILANO

Intelligenza artificiale la rivoluzione più veloce degli ultimi 40 anni

La rivoluzione dell'intelligenza artificiale passa inevitabilmente dalle grandi aziende, anche finanziarie. Chiamate a raccogliere la sfida che l'adozione di una tecnologia dagli effetti tanto dirompenti comporta: coniugare gli enormi passi avanti che consente ai rischi altrettanto grandi che trascina con sé.

Per raccontare la fase di intensi cambiamenti che le aziende stanno attraversando Adriano Ceccherini, chief business officer di Sap Italia, ricorre a una metafora: «È un po' come se fossero treni che operano sui binari. L'IA consente all'azienda di muoversi velocemente fuori dai binari. È un come un trasporto su gomma, ma 4x4, in grado di operare su terreni accidentati e così via». Tuttavia, «forse stiamo usando questo strumento ancora troppo poco. Il suo impiego nei processi aziendali è all'inizio del percorso, un percorso che sarà rivoluzionario, molto più di quanto lo siano stati i cambiamenti degli ultimi 40 anni».

Ecco che così l'IA entra nel mondo delle banche. Un mondo che, come evidenzia Maurice Lisi, responsabile direzione digital business, marketing & payments di Bper, «da anni viene raccontato in termini di contrapposizione tra digitale e sportello fisico. Così, però, si dimentica un passaggio fondamentale: che un quindicenne non ha le stesse esigenze di un senior. E, siccome cambiano i bisogni finanziari, non ci può essere una unica risposta di business. Anche sull'IA vedo nascere la stessa contrapposizione, come se ci fosse un modello esclusivo. Ma credo che la sfida del futuro sarà vinta da chi riesce a combinare i modelli in una risposta composita. Una banca deve essere in grado di adattarsi agli stili di vita e ai comportamenti dei clienti».

Prelis, come racconta il ceo Riccardo Serrini, lavora a stretto

La trasformazione tocca banche e assicurazioni
Vaccaroni: «Dobbiamo far studiare più persone e in modo continuativo»

contatto con il mondo bancario, perché gestisce masse per circa 40 miliardi e tutte le varie fasi di stress del credito. L'intelligenza artificiale, spiega Serrini, «ci aiuta a capire molto più velocemente quali sono gli elementi della crisi e ci consente di intervenire con più prontezza. Ci permette di interpretare sia i dati interni delle aziende, sia i dati esogeni derivanti dalla società e dai cambiamenti in corso, integrandoli tra loro per fornire risposte complete».

L'innovazione è protagonista

LE PICCOLE IMPRESE

Solo due Pmi su dieci investono in modo diffuso sulla digitalizzazione

Piccolo è bello? Oggi piccolo deve far rima con veloce». Ermanno Bonifazi, founder e ceo di Avantune Corporation, ribalta il vecchio mantra: una pmi non cambia in fretta la propria dimensione, ma può cambiare la propria velocità. E l'IA è la leva per farlo. Le piccole e medie imprese sono oltre 240mila, occupano il 40% della forza lavoro privata e generano più del 40% del fatturato del Paese. Senza contare i 4 milioni e mezzo di micro imprese. Eppure, spiega Claudio Rorato, direttore dell'Osservatorio Innovazione digitale nelle pmi del PoliMi, solo il 24% investe nel digitale in modo diffuso e un altro 27% lo fa in modo selettivo. Il 14% non investe affatto, il 22% considera il digitale marginale. Serve far capire i vantaggi e fare sistema. Il nodo sono le competenze: appena il 40% redige piani formativi e solo il 7% ha avviato programmi strutturati sull'IA. La formazione resta poco usata: «La rivoluzione non è solo tecnologica, ma culturale». Per Bonifazi il paradosso è che la tecnologia abbonda, ma è stata pensata quando erano le persone a doversi adattare agli strumenti. «Oggi è il contrario, ed è qui che IA e agenti diventano un'opportunità». Non serve aggiungere software, ma rivedere la strategia: dati in un unico posto e un'intelligenza agentica che li interpreti. Rorato chiama in causa l'ecosistema: «Servono azioni concrete: portare dallo 0,30 allo 0,50% il contributo sulle remunerazioni che alimenta i fondi interprofessionali per la formazione, a partire dai vertici aziendali, fare rete tra imprenditori e promuovere incentivi più snelli come crediti d'imposta e voucher. Non è solo l'imprenditore a dover cambiare». — G.CIMP.



● Claudio Rorato, docente del PoliMi

anche nelle assicurazioni. «Lavoriamo con l'IA - fa sapere Gianluca Perin, country general manager Generali Italia - per far sì che i nostri servizi siano tagliati su misura per i nostri clienti. Essendo oltre 10 milioni, abbiamo la necessità di potenziare le nostre reti per arrivare al cliente non solo vendendo una polizza ma offrendo un servizio che sia il più possibile integrato. Il vero collo di bottiglia nell'uso dell'IA sono le persone. Perché ci sono timori, legati anche a una narrazione spesso catastrofica. La nostra filosofia è che restino al centro di ogni processo, in quanto la tecnologia da sola non produce cambiamento. In questo senso è centrale anche il rapporto con il sindacato. Ci troviamo in un momento in cui è necessario costruire insieme soluzioni flessibili alle esigenze che nascono da questo cambiamento profondo».

La rivoluzione dell'innovazione coinvolge anche le università. «Non c'è motivo - osserva Fabio Vaccaroni, presidente esecutivo Multiversity - per cui l'università debba ritenersi immune dai vantaggi che le tecnologie possono portare agli studenti, anche a quelli che, come avviene nel nostro caso, già lavorano. In un mondo prospero, capace di tenere tutti quanti a bordo, lo sviluppo e la manutenzione delle capacità intellettuali sono fondamentali. C'è bisogno di università telematiche perché il ritardo del nostro Paese sulla digitalizzazione è enorme. Il nostro bacino è composto da quei 18 milioni di diplomati che già lavorano, spesso nel privato, e tornano a studiare. Con l'arrivo dell'IA, se vogliamo evitare un'ecatombe sociale, dobbiamo trovare modi industriali e sostenibili per far studiare sempre più le persone e invitarle a farlo in modo continuativo. E come farlo se non con la tecnologia?» è la domanda retorica.

I NUMERI DELL'APP IO

15,5 mln

Gli utenti

Gli utilizzatori dell'app IO in Italia negli ultimi 12 mesi

380mila

I servizi

I servizi pubblici erogati da circa 16mila enti in tema di mobilità, scuola, sanità e altro

21,6 mln

I documenti

I documenti digitali aggiunti dagli utenti sull'app IO. Tra questi, la patente di guida e la tessera sanitaria

DISPRODUZIONE RISERVATA

DISPRODUZIONE RISERVATA