

L'AI sosterrà i profitti?

Machine learning: in Italia servono maggiori investimenti, il nostro Paese è in ritardo rispetto a Stati Uniti e Cina Il sondaggio di Netcomm e Quantcast

di **Elena Papa**

Esperti ed esponenti dell'industria sono d'accordo nel sostenere che il machine learning sarà la tecnologia del futuro. Di fatto, il 35% delle aziende italiane che utilizzano sistemi di intelligenza artificiale hanno visto i loro profitti annuali crescere più velocemente di un 15% rispetto all'anno precedente, nonostante l'emergenza sanitaria in atto. Eppure, l'Italia è fortemente in ritardo su questo fronte.

È quanto emerso nella ricerca Netcomm in collaborazione con Quantcast. Il sondaggio, svolto tra settembre e ottobre, ha indagato l'opinione di 134 manager del mondo industriale all'utilizzo del machine learning. «Ci sono tre fattori in Italia che determinano questo ritardo rispetto a Stati Uniti e Cina — spiega Roberto Liscia, presidente di Netcomm, il Consorzio del Commercio Digitale Italiano —. Uno è la dimensione dell'impresa, l'altro è l'aspetto culturale e il terzo è la disponibilità di investimento. Questi tre fattori insieme giocano in maniera convergente nel creare il gap con gli altri paesi». Il 94% degli intervistati è concorde nell'affermare che le tecnologie emergenti facilitano e migliorano la gestione finanziaria e operativa di un'organizzazione, generando un vantaggio competitivo per l'azienda. «Il machine learning è una tecnologia che lungo tutta la filiera industriale permette di migliorare la logistica, consente di personalizzare i prodotti, accelera le filiere e quindi accorcia le

catene — prosegue Liscia —. Questo consente di andare incontro alla competizione non solo dei mercati nazionali ma anche internazionali, migliorando la competitività del sistema Paese».

Le aziende che sono ricorse agli algoritmi di machine le-

arning hanno migliorato del 13% l'acquisizione dei clienti con un maggiore ingaggio del 12% e del 7% di personalizzazione. Ma la partita per cogliere tutti i benefici dell'intelligenza artificiale si gioca sulla capacità del sistema formativo delle imprese di sviluppare le competenze digitali dei lavoratori e di esperti che sappiano capire le strategie dell'azienda prima di definire qualsiasi mossa competitiva. Per introdurre e utilizza-

re l'AI serve una base di conoscenza sull'argomento e lo sviluppo di competenze specifiche in materia. Analizzando il dettaglio settoriale, non sorprende che siano le imprese appartenenti al settore finanziario, le automotive, le ICT e tutto il mondo dell'industria 4.0. che hanno implementato maggiormente queste tecnologie.

In Italia si sta facendo abbastanza a livello governativo per favorire l'introduzione

dell'AI nelle aziende, sia come utilizzo sia come sviluppo di tecnologie? Per ora c'è la volontà di incrementare le competenze in questo campo iniziando dalla scuola, perché la cultura dell'intelligenza artificiale sia nel bagaglio di ognuno. La strategia italiana all'Intelligenza Artificiale segna la via su cui si muoverà la com-

petitività e la trasformazione digitale delle nostre imprese nel futuro. Questo è certo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Chi è



● **Roberto Liscia**, Ingegnere nucleare con master in business management, nel corso della sua carriera ha avuto diversi incarichi manageriali in grandi gruppi italiani dove si è occupato principalmente di strategie, business development, M&A e nuove iniziative nei settori dell'ICT e dell'innovazione tecnologica. Ora riveste la carica di presidente di Netcomm, il Consorzio del Commercio Digitale Italiano ed Executive Board Member di Ecommerce Europe

