

DIGITAL NOW

Gian Carlo Lanzetti

L'AI SI FA SPAZIO NELL'INDUSTRIA

L'AI STA CAMBIANDO I MODELLI PRODUTTIVI E LA VITA DELLE PERSONE, SOPRATTUTTO NELL'ASPETTO GENERATIVO. ANCHE PER IL MANUFACTURING LE ASPETTATIVE SONO TANTE E GIÀ I LAVORI FERVONO

Le imprese italiane si stanno avvicinando all'Intelligenza Artificiale più lentamente rispetto ad altri Paesi europei (sono stati analizzati Francia, Germania, Irlanda, Italia, Olanda, Regno Unito e Spagna): l'81% delle grandi imprese ha almeno valutato un progetto, contro una media europea dell'89%; il 59% ha già un progetto attivo, contro una media europea del 69%, ultimo posto tra i Paesi analizzati. Ma chi già la utilizza, in un caso su quattro ha già progettualità a regime. Il 65% delle grandi aziende attive nell'AI sta sperimentando anche nel campo della

Generative AI, soprattutto per sistemi conversazionali, principalmente a supporto degli operatori interni. In relazione agli aspetti etici e alla compliance delle iniziative di AI (in riferimento all'AI Act in particolare), il percorso è ancora lungo: solo il 28% delle grandi realtà attive in progetti AI ha adottato delle misure concrete e il 52% dichiara di non aver compreso a pieno il quadro normativo.

L'Italia è comunque ai primi posti nell'utilizzo di strumenti di GenAI pronti all'uso: il 53% delle grandi aziende ha acquistato licenze di strumenti di GenAI (principalmente ChatGPT o Microsoft Copilot), più di Francia, Germania e Regno Unito. E il 39% delle grandi imprese che utilizzano questi strumenti ha riscontrato un effettivo aumento della produttività (un ulteriore 48% però non ha ancora valutato in modo quantitativo gli impatti). Le grandi aziende italiane si mostrano consapevoli dei rischi di un utilizzo non gover-





nato: in più di 4 su 10 ci sono linee guida e regole per l'utilizzo e nel 17% dei casi è stato vietato l'uso di tool non approvati, per evitare logiche di Shadow AI.

Nel 2024, inoltre, il mercato dell'Intelligenza Artificiale in Italia ha raggiunto un nuovo record, toccando quota 1,2 miliardi di euro, con una crescita del +58% rispetto al 2023. A trainare lo sviluppo sono soprattutto le sperimentazioni che utilizzano anche la Generative AI, che rappresentano il 43% del valore, mentre il restante 57% è costituito in prevalenza da soluzioni di Artificial Intelligence tradizionale.

Sono alcuni risultati della ricerca **dell'Osservatorio Artificial Intelligence del Politecnico di Milano**. *“Il 2024 evidenzia una crescita incessante di interesse e di spesa dedicata all'Artificial Intelligence, a fronte di un'offerta di mercato in fermento e in continua evoluzione. — afferma Alessandro Piva, Direttore dell'Osservatorio — I decisori aziendali sono chiamati oggi ad affiancare approcci agili e veloci con una strategia di lungo periodo che permetta di raggiungere obiettivi di produttività individuale, efficienza nei processi e capacità di innovare prodotti, servizi e modelli di business.”*

Data Exploration and Prediction ai primi posti

Analizzando l'ecosistema dell'Intelligenza Artificiale nel suo complesso, le progettualità e gli ambiti di impiego, la ricerca è giunta alla conclusione che l'Italia ha tra i suoi punti di forza un'attività di ricerca di valore e un mercato in forte espansione.

Tra le diverse soluzioni di Intelligenza Artificiale in Italia, la quota più elevata del mercato, 34%, viene dai progetti di *Data Exploration, Prediction & Optimization Systems* (come sistemi di previsione della domanda, ottimizzazione dei flussi di trasporto o piani di produzione, identificazione di attività anomale o fraudolente). A seguire vengono le soluzioni di *Text Analysis, Classification & Conversation Systems* (32%). Al terzo posto, le soluzioni di *Recommendation Systems* (17%) in cui la GenAI sta dando un contributo, catturando tramite i Large Language Models (LLM) la semantica dell'interazione con i beni e servizi fruiti, e ricavando suggerimenti pertinenti. Anche la settima edizione del report annuale Enterprise Cloud Index (ECI) di Nutanix evidenzia i progressi. Oltre l'80% delle aziende ha già attuato una strategia di GenAI con solo il 2% delle aziende che dichiara di non averla ancora pianificata. Detto ciò, gli obiettivi di implementazione variano significativamente. Molte aziende sono convinte che le soluzioni di GenAI permetteranno alle loro aziende di aumentare i livelli di produttività, l'automazione e l'efficienza. Attualmente, i casi d'uso di Ge-

nAI, secondo questa fonte, si concentrano principalmente su soluzioni per il supporto clienti e l'esperienza utente. Tuttavia, nel futuro prossimo, le aziende puntano ad applicarla anche ai carichi di lavoro legati alla cybersecurity e alla protezione dei dati. Ancora, la sicurezza e la privacy rimarranno una sfida importante per le aziende, che cercheranno di motivare l'uso di soluzioni emergenti basate sulla GenAI e di garantire che esse aderiscano alle norme di sicurezza tradizionali, oltre che ai nuovi requisiti di governance dei dati, privacy e visibilità. Le aziende vogliono sfruttare la GenAI per favorire la produttività, l'automazione e l'innovazione ma devono anche far fronte a importanti problematiche legate alla sicurezza dei dati, alla conformità e alla modernizzazione dell'infrastruttura IT. Inoltre, sempre secondo questa ricerca il 90% degli intervistati prevede un aumento dei costi IT a fronte dell'implementazione di GenAI e di applicazioni moderne. Tuttavia, il 70% delle aziende prevede di ottenere un ritorno sull'investimento dai progetti GenAI già nei prossimi due o tre anni. Un obiettivo forse non tanto facile se si pensa che per ogni euro investito nell'AI ce ne vogliono circa 5 per la formazione.

PMI in ritardo

L'adozione dell'Intelligenza Artificiale nelle PMI è molto inferiore a quella delle grandi realtà. Il 58% delle PMI è interessato al tema, grazie all'attenzione mediatica e allo sviluppo di un mercato di strumenti pronti all'uso e low-cost, ma solo il 7% delle piccole e il 15% delle medie imprese, stando ai dati del Politecnico di Milano, ha avviato progetti, tramite sviluppo interno o rivolgendosi a fornitori esterni. In questi casi, i principali obiettivi hanno riguardato l'efficienza operativa e nello specifico, per le aziende di prodotto, l'ottimizzazione dei processi produttivi. Un forte limite all'adozione progettuale dell'Intelligenza Artificiale è l'imaturità nella gestione dei dati.

L'adozione di strumenti di Generative AI pronti all'uso tramite licenze riguarda l'8% delle PMI, per lo più le stesse realtà che lavorano sull'AI più una quota minoritaria di aziende che stanno esplorando il tema con investimenti estremamente contenuti.

Le PMI non sempre hanno le risorse o le competenze tecniche per acquistare e gestire una soluzione di comunicazione aziendale complessa, ma questo non significa che non vogliano ottimizzare gli strumenti attuali. Infatti, il 91% delle Pmi, stando a una ricerca di Omdia e Alianza, ha dichiarato di ritenere che le soluzioni vocali abilitate all'intelligenza artificiale che forniscono dati sulle chiamate (ad esempio, l'analisi del sentiment dei clienti, la trascrizione delle chiamate

DIGITAL NOW

e l'identificazione delle tendenze) sarebbero un'aggiunta preziosa alla loro attività. Queste funzionalità consentirebbero alle PMI di operare in modo più efficiente e di offrire ai clienti un'esperienza superiore

Dichiarazioni di alcuni protagonisti

Da un pò di tempo **Angelini Industries** (casa farmaceutica ma produttrice anche di macchine per la lavorazione dei farmaci che vende sul mercato) ha intrapreso un percorso verso l'AI con due obiettivi: migliorare la produttività dei dipendenti e rendere meno complessa la progettazione dei macchinari. *"Ci siamo dati una strategia a lungo termine, spiega **Carlo Torniai, Chief Data and Analytics Officer** dell'azienda, dove l'innovazione fa da padrone. Per questo motivo abbiamo intrapreso un percorso di training del personale e anche del top management. Abbiamo già costruito delle soluzioni verticali per la farmaceutica e i macchinari, che accolgono tutte le normative in materia ma non solo, ci siamo spinti anche oltre".*

Ancora più pregnante è l'obiettivo che si è posto **Snam**: usare la AI per migliorare l'innovazione e creare valore. *"Per questi motivi abbiamo sviluppato un modello organizzativo, dice **Andrea Romano, AI Specialist**, della società che fa riferimento a un hub formato da due gruppi che interagiscono con le linee di business sia per quanto riguarda le sperimentazioni e il design delle applicazioni AI based. Questo hub svolge quindi un lavoro di coordinamento e di supporto, ad esempio per capire con le sperimentazioni quale tipo di evoluzione va posta in essere prima della standardizzazione delle soluzioni. A completamento della strategia ci sono corsi di formazione, anche di tipo custom, con impiego delle migliori pratiche disponibili. In Snam si ritiene molto utile avvalersi dei feedback degli utenti per valutare la bontà delle soluzioni prima di passare alla standardizzazione e industrializzazione delle stesse.*

Cluster Reply, un system integrator che lavora molto con Microsoft, usa metodi qualitativi oltre che quantitativi per valutare gli impatti nella adozione della Intelligenza Artificiale. *Questo ci permette tra le altre cose, secondo **Armano Stella manager** dell'azienda, di migliorare il grado di conoscenza delle applicazioni e di avere modelli user-friendly supervisionati. Occorrendo ci serviamo anche di modelli ibridi".*

L'approccio scelto da **Eni** si basa invece su una piattaforma sviluppata in-house che oggi è l'architrave della sua strategia AI, insieme alla modularità da un punto di vista tecnologico che possa permettere di cogliere più obiettivi. *"Si tratta ovviamente di un approccio multidisciplinare, osserva **Roberto Grandi, Data &***

AI Architecture, che abbiamo consolidato nel 2024 dopo la partenza nell'anno precedente, che ci ha permesso tra l'altro di passare da una logica di progetto ad una di prodotto".

In ambito **Enel** l'AI viene usata, come spiega **Matteo Cantù, Head of Robotics and Automation Innovation**, per quattro finalità: migliorare la gestione degli asset, ovvero ottimizzare la gestione, è il caso della diagnosi sugli alberi da abbattere; per migliorare i processi (già riduzione del 40% del tempo per riavviare una turbina guasta, anche remotamente), per efficientare la sicurezza tramite l'adozione di corrette procedure (la normativa va vista anche come una opportunità per tendere alla semplificazione delle procedure); e per migliorare il lavoro di back office. A sovrintendere queste funzioni è un gruppo di 70 persone. *"A loro, aggiunge Cantù, si deve il varo di un sito specifico che tutti possono consultare e di una rete di innovation hub che sono le antenne per seguire gli sviluppi a livello mondo, incluse le Università".*

Lutech, azienda specializzata nel fornire soluzioni end-to-end per la digitalizzazione delle organizzazioni, afferma per bocca di **Niccolò Desenzani, AI Offering Leader**, che non c'è una risposta unitaria sulla strada della evoluzione AI ma che conta la flessibilità e quindi di una adozione by design per accompagnare i clienti fornendo loro indicazioni di performance e di misurazione del valore. La società sta in questo momento sperimentando internamente diverse applicazioni verticali.

Molto attiva su questo fronte sono le **Poste**, 120mila dipendenti e 45 milioni di utenti complessivamente, che ha incluso l'AI nel suo piano strategico. In primis con sperimentazioni interne ma con l'intenzione di trasferirle ai clienti finali. *"Anzi, il nostro obiettivo, fa sapere **Giulia Di Giovanni, Group Head of Innovation**, è di porle a disposizione del paese e quindi, stiamo operando per avere soluzioni facili di accesso ai servizi e rispettose delle normative. Per questi motivi stiamo pensando a grandi iniziative di education sia interne (quelle attuate hanno ricevuto una grande accoglienza) che sul territorio, per cittadini e imprese".*

Per **Alessio Biasiutti, Azure & AI Unit Manager e Partner di Altitude** (azienda che si dedica alla progettazione e implementazione di soluzioni innovative) l'uso dei sistemi LLM costituiscono una parte del progetto AI. Non bisogna infatti dimenticare che nelle industrie è necessario elaborare molti dati per affinare i processi end to end e le persone sono chiamate a svolgere un ruolo importante. Inoltre, suggerisce di integrare sempre nelle soluzioni AI modelli già presenti in azienda perché in questo modo si migliora an-



che le performance delle persone oltre che della organizzazione.

Anche per **Marco De Luca, Partner di Blue Reply** (azienda con obiettivi simili a Altitude), gli LLM sono importanti e devono essere resi accessibili nel modo migliore perché essi hanno al loro interno anche un contenuto strategico. La sfida è grande, anche per la limitatezza delle infrastrutture tecnologiche e la mancanza di dati non semplici da far digerire alla AI. Ciò obbliga le aziende a elaborare diversamente i dati, con il rischio di esporli più del necessario minando la loro sicurezza. L'ideale sarebbe scrivere codice insieme all'AI, se possibile.

Da parte sua **Guido Maria Nebiolo, Manager di Storm Reply**, società di consulenza in possesso di diverse competenze, sarebbe opportuno agganciare la strategia AI alla pianificazione aziendale, allo scopo primario di estrarre più valore, giocando la carta dell'unione di competenze diverse. Un impegno che richiede molta specializzazione training perché solo così si riesce a fare emergere indicazioni di qualità.

Per **Francesca Saraceni, Ceo di Intellico**, vendor di software basato sull'AI, potrebbe essere opportuno applicare queste soluzioni in aree non coperte ancora dalla digitalizzazione digitale avanzata. Inoltre, questo operatore suggerisce di lavorare non solo su dati storici degli impianti ma di spaziare maggiormente anche altrove.

Per **Roberto Carozzo, Head od Data & AI in Minsait** ci troviamo a operare in uno scenario in grande movimento con sempre più agenti AI. Da non trascurare la ricerca di use case economici, o più economici degli attuali, sia per i processi di back end che di front end. *"Sono sfide e impegni dove noi stiamo lavorando molto con buone prospettive"*.

La collaborazione delle istituzioni

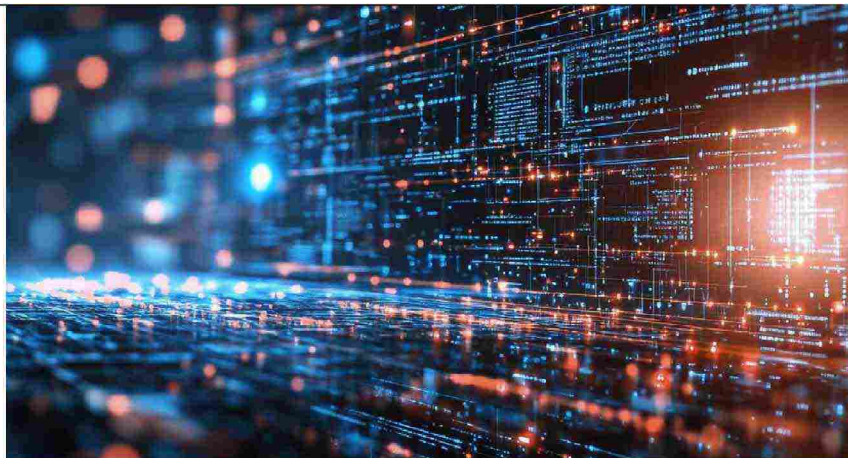
All'AI si stanno sempre più interessando anche istituzioni pubbliche e associazioni di categoria. La **Regione Lombardia**, osserva **Elisabetta Confalonieri, Direttore Generale**, usa già parecchie applicazioni AI sia nei confronti dei cittadini (per es. l'80% delle domande scolastiche è istruito con l'AI) sia delle imprese. Al momento una delle aree di maggiore attenzione è quella delle reti di data center che notoriamente consumano tanta energia (pare il 9% del consumo regionale). *"Cerchiamo di affrontare questo problema con un nuovo approccio, in fase di messa a punto, senza andare a scapito della potenza di calcolo. Inoltre, abbiamo rimodulato il programma di finanziamento da 40 milioni messi a disposizione della Comunità Europea, con l'intento di favorire forme di partnership che*

facilitano anche il trasferimento di esperienze dalle grandi alle piccole imprese".

Assolombarda, che raggruppa circa 7000 aziende, sta adoperandosi per aiutare le PMI. *"Il 97% di loro, ricorda Viviana Palmieri, Ingegnere Area Industria e Innovazione, non è ancora completamente digitalizzato e questo crea difficoltà verso l'adozione della AI. Uno dei nostri impegni è quello di generare conoscenza e consapevolezza sui vantaggi dell'AI e in genere del digitale, con diverse iniziative, spesso d'intesa con i Bandi di Regione Lombardia"*.

C'è poi l'**Unione Europea**. Per **Lucilla Sioli, Direttore EU AI Office**, mancando i big in grado di finanziare la ricerca, come invece succede negli Stati Uniti (programma da 500 miliardi di dollari), l'Europa deve adoperarsi per aiutare le startup a crescere e farle collaborare tra di loro o con altre imprese Ict. E possibilmente con la partecipazione di un soggetto pubblico come finanziatore. *"Gli investimenti che stiamo facendo sul fronte dei data center, ha detto Sioli, vanno soprattutto in questa direzione. Inoltre, il mio Ufficio, che conta un centinaio di addetti più altri 40 da reclutare, a breve, ha in programma misure precise per favorire l'adozione, la proposta è al vaglio finale. Riteniamo utile, inoltre, favorire la crescita di opportunità di incontro tra persone di estrazione tecnica con persone di altra estrazione culturale. Inoltre, abbiamo in mente misure per sostenere l'accumulazione di dati su cui lavorare. Il manufacturing è tra i primi obiettivi che perseguiremo"*.

L'Unione Europea ha appena lanciato programma, InvestAI, che mitra a mobilitare 200 miliardi di euro di investimenti, grazie a un nuovo fondo comunitario di 20 miliardi di euro.



NEL 2024 IL MERCATO DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE IN ITALIA HA RAGGIUNTO UN NUOVO RECORD, TOCCANDO QUOTA 1,2 MILIARDI DI EURO