



CAMERA DI COMMERCIO
COMO-LECCO
insieme per lo sviluppo

pd
punto
impresa
digitale
Como-Lecco

STORIE DI TRANSIZIONI



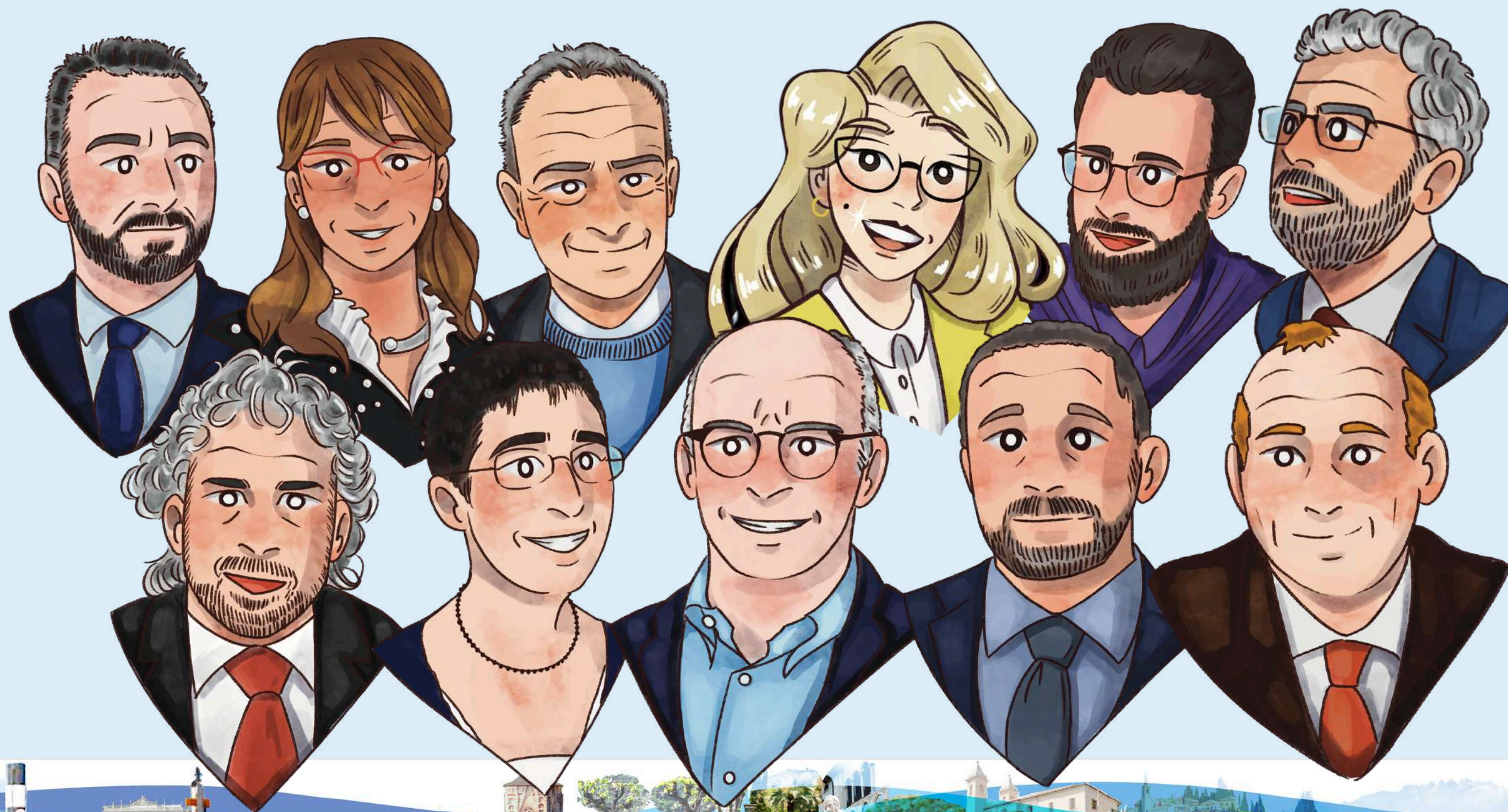
B
4/2024



CAMERA DI COMMERCIO
COMO-LECCO
insieme per lo sviluppo

pd
punto
impresa
digitale
Como-Lecco

I NARRATORI DI... STORIE DI TRANSIZIONI



STORIE DI TRANSIZIONI ...

Il ruolo del Sistema Camerale e dei PID



ANTONIO ROMEO

Direttore Dintec - Consorzio per l'innovazione tecnologica

- *Direttore aree Innovazione e digitale e Organizzazione e sviluppo d'impresa*
- *Coordinatore progetti nazionale nei settori della qualità e dell'innovazione*
- *Coordinatore nazionale dei PID - Punti Impresa Digitale delle Camere di Commercio*

La rete nazionale dei PID è chiamata ad accompagnare e sensibilizzare le realtà territoriali sui temi della Transizione Energetica e Digitale. In questo contesto l'Intelligenza Artificiale sta cambiando radicalmente il tessuto della società, sollevando, al contempo, questioni significative su sicurezza, privacy, equità ed etica.

Cambiamento

La storia di “cambiamento” di cui voglio parlare riguarda la **trasformazione digitale** e, in particolare, l'**Intelligenza Artificiale** che sta cambiando radicalmente il tessuto della società, offrendo possibilità senza precedenti per l'innovazione e il **miglioramento della qualità della vita**, ma sollevando, al contempo, anche questioni significative relative alla **sicurezza, alla privacy, all'equità e all'etica**.

A che punto siamo arrivati nel nostro Paese con la ricerca e la formazione? Quanto la sta utilizzando il mondo del lavoro? Quanto la utilizzano le imprese, in particolare le PMI per ammodernare i loro processi e modelli di business? Quale può essere il ruolo per il sistema camerale e per i PID – Punti Impresa Digitale – delle Camere di commercio al fianco delle PMI?

Dal punto di vista della ricerca e dell'offerta formativa, **l'intelligenza Artificiale può vantare in Italia una solida tradizione accademica**. I dati del Dipartimento della trasformazione digitale mettono in evidenza che ci sono circa 160 curricula universitari, incardinati in 53 Atenei, che erogano già insegnamenti collegati all'IA. Inoltre, dall'anno accademico 2020/2021, è attivo il Dottorato Nazionale in Intelligenza Artificiale, che si articola in cinque dottorati federati fra loro che raggruppano 61 università ed enti di ricerca.

Per quanto attiene alla qualità e consistenza delle **attività di ricerca nell'IA, l'Italia ben si posiziona a livello internazionale**, collocandosi al settimo posto nel ranking mondiale con 3.261 pubblicazioni, sebbene molto distanziata dalle prime tre nazioni ossia Cina, India ed USA. Anche sul fronte della progettazione della ricerca, è significativo osservare che il **12% del totale dei progetti europei sull'IA vede coinvolte unità di ricerca italiane**.

Competenze

Queste importanti iniziative, tuttavia, non riescono ancora ad allineare l'Italia – in termini di numero di studenti laureati o con dottorato in ambito IA – alle richieste di un mercato del lavoro sempre più orientato verso le nuove tecnologie.

Se analizziamo, infatti, il mondo della formazione, l'Italia si colloca all'ultimo posto tra gli stati membri per quanto riguarda il numero di laureati nel settore ICT (1,5%). Inoltre, si posiziona al quartultimo posto in relazione alla percentuale di cittadini che possiedono competenze digitali di base (45,60%): un campanello di allarme importante sulla necessità di investire anche in politiche di educazione alla cittadinanza digitale, oltre che rafforzare ulteriormente i percorsi professionalizzanti nell'IA.

I dati del Sistema informativo Excelsior di Unioncamere - ANPAL sulle previsioni occupazionali dei prossimi anni evidenziano che **le richieste delle imprese sono sempre più orientate al digitale e all'IA**. Se guardiamo i primi dieci profili che vengono ricercati nel sistema informatico Excelsior, 9 di questi hanno a che fare con il digitale e con l'intelligenza artificiale. Questo determina un mismatch fortissimo tra la forza lavoro disponibile e le richieste delle imprese: solo un quarto della forza lavoro ha le competenze digitali coerenti con le esigenze di previsione dei prossimi anni.

Infine, **come stanno approcciando le nostre imprese alla trasformazione digitale e alla introduzione "consapevole" di applicazioni di IA?** I dati degli assessment realizzati dai PID, Punti di Impresa Digitale delle Camere di commercio, evidenziano che solo l'11,2% delle imprese utilizza una o più applicazioni di intelligenza artificiale. E solo una parte di esse lo fa in modo consapevole, integrandola nei processi aziendali.

E allora cosa possiamo fare per far comprendere e cogliere appieno alle micro, piccole e medie imprese le opportunità offerte dall'intelligenza artificiale? I Punti impresa digitale hanno avviato numerose iniziative informative per esplorare come l'IA possa essere utilizzata per potenziare le strategie aziendali e promuovere l'innovazione nel business. Sono stati organizzati **seminari e momenti informativi** su diverse applicazioni dell'IA: dagli assistenti virtuali per la customer care a Chat Gpt per la creazione di contenuti, dall'estrazione di valore dai big data all'intelligenza artificiale a supporto del controllo di qualità; dall'IA come strumento di riorganizzazione aziendale a incontri per informare sui suoi lati oscuri e **rendere le PMI consapevoli delle sfide e dei rischi**.

Cultura e consapevolezza

Sempre sul fronte informativo, abbiamo lavorato a nuove e sempre più evolute modalità di formazione per le imprese. Ne sono un esempio la **PID Academy**, una piattaforma digitale per l'erogazione della formazione continua sincrona e asincrona con un canale tematico sull'intelligenza artificiale, e i **PID Lab**, laboratori esperienziali realizzati dalle Camere di commercio in collaborazione con i Competence center, con il mondo universitario e con i maker per far testare con mano soluzioni tecnologiche e di IA agli imprenditori.

Sono state, inoltre, organizzate in collaborazione con big player del settore Microsoft, Meta e Google iniziative formative "partecipate" e con formule innovative (es. "Sfide creative, ecc.) per far testare le applicazioni di IA agli imprenditori.

Dobbiamo proseguire in queste **attività di sensibilizzazione** delle imprese per creare innanzitutto **cultura digitale** e **consapevolezza** per consentire agli imprenditori di compiere scelte mirate sul fronte dell'IA.

Un altro ambito su cui stiamo lavorando è quello dell'utilizzo della IA per efficientare i **sistemi di ricerca delle imprese**. A tal riguardo abbiamo realizzato WAY to Solution, un motore di ricerca basato su un algoritmo di IA che sfrutta il patrimonio brevettuale per l'individuazione di soluzioni ai fabbisogni tecnologici delle imprese. Si tratta di un servizio in uso sperimentale presso le Camere di commercio che può avere interessanti risvolti nella valorizzazione dei brevetti per favorire l'innovazione delle imprese. È, inoltre, in fase avanzata di sperimentazione, e presto sarà disponibile sul portale nazionale dei PID, **PID-BOT un chatbot "conversazionale"** per favorire l'interazione delle imprese con i servizi dei Punti Impresa Digitale utilizzando un sistema di IA che elabora le conversazioni con gli utenti.