

# Dal back office ai dati Così cambiano i processi

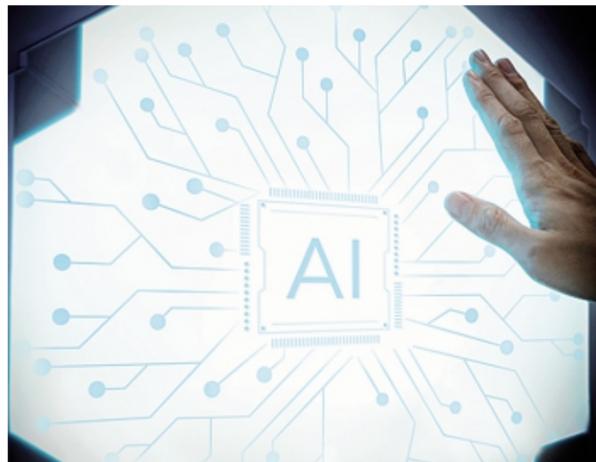
**Il modello.** Stefano Poliani presiede il Digital Innovation Hub Lombardia  
«Importante definire una strategia chiara con un partner qualificato»

Una strategia ben strutturata e il supporto di un fornitore qualificato, sono due elementi chiave per ottenere risultati concreti dall'implementazione dell'Intelligenza Artificiale generativa in azienda.

L'AI tradizionale, l'uso dei dati che le imprese raccolgono e utilizzano, è una pratica che si potrebbe definire ormai consolidata: «Nelle realtà manifatturiere l'elaborazione strutturata dei dati di produzione sta dando ottimi risultati. In merito all'AI generativa invece, le imprese hanno capito che non si può introdurre questo strumento senza una strategia precisa che significa concentrarsi sui processi che possono beneficiarne di più - afferma Stefano Poliani consigliere incaricato Area Innovazione Confindustria Como e presidente Digital Innovation Hub Lombardia - L'AI generativa ha grandi potenzialità nelle attività di back office e, più in generale, in quelle ripetitive e a basso valore. In questi ambiti può dare grandi risultati».

#### Visione strutturata

Poliani sottolinea l'importanza di avere una strategia, una visione strutturata della GenAI: «La prima cosa da capire è che, anche se lo strumento può sembrare facile da usare, perché tutti abbiamo in mente GPT, in realtà non è così semplice svilupparlo internamente, dato che la tecnologia è complessa. Per questo il primo passo è affidarsi a un partner



Aziende in cerca di una bussola per l'integrazione dell'AI FREEPIK

qualificato, con cui definire una strategia precisa, individuare i processi che trarrebbero i maggiori benefici in termini di efficienza ed efficacia se automatizzati, e iniziare proprio da quei progetti. Implementare l'AI in un'azienda dove non c'è la cultura del dato può creare problemi, non perché l'AI non funziona, ma perché i dati non sono raccolti o gestiti correttamente».

In questo campo innovazioni e novità si susseguono a ritmo serrato. Diverse realtà che propongono soluzioni di AI hanno adottato metodologie e tecniche per garantire la sicurezza e la riservatezza dei dati: «Questo elemento ha cambiato radical-

mente lo scenario, se i dati sono al sicuro, posso considerare il loro utilizzo. Nella contrattualistica per esempio, se so che i miei contratti sono tutelati e che la gestione della sicurezza dei dati è chiara, sarò molto più invogliato a implementare soluzioni di questo tipo».

Altro tema essenziale è l'integrazione dell'AI nei sistemi aziendali esistenti: «Oggi, con la struttura ad agenti, questa integrazione è molto più semplice. Lo vediamo già in diversi progetti dove gli agenti integrano informazioni provenienti dal Crm, dal gestionale e da altre fonti. Su questo fronte le imprese si stanno muovendo, e i primi riscontri

sono certamente interessanti».

Con una tecnologia che cresce e si trasforma così velocemente è molto difficile fare previsioni: «Un anno e mezzo fa era uscito un articolo interessante che diceva: "Avremo tanti avvocati senza lavoro e sarà l'inizio dell'età d'oro per i programmatori". Oggi, invece, la situazione è completamente diversa. In California, come racconta un articolo pubblicato ad agosto, ci sono moltissimi programmatori junior che stanno perdendo il lavoro, in un anno e mezzo lo scenario si è ribaltato, e la domanda di queste figure è drasticamente diminuita».

Il supporto  
Il Digital Innovation Hub Lombardia supporta le imprese attraverso diverse attività di informazione, ma le aiuta anche a definire un proprio piano d'azione: «Come Hub interveniamo attraverso un assessment di maturità digitale, che analizza lo stato di un'azienda rispetto agli otto principali processi aziendali. Restituiremo poi un report con una priorità di interventi, indicando anche quali processi possono beneficiare di una tecnologia come l'AI. Supportiamo inoltre le diverse Confindustrie territoriali, Confindustria Como per esempio ha avviato una serie di iniziative formative per i propri associati e per la propria struttura, con l'obiettivo di dare agli imprenditori gli strumenti per costruire la propria strategia». **L. Bor.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Stefano Poliani

## IL PERCORSO CONTINUA EVOLUZIONE

# Dalla fase dell'euforia all'ora della pianificazione

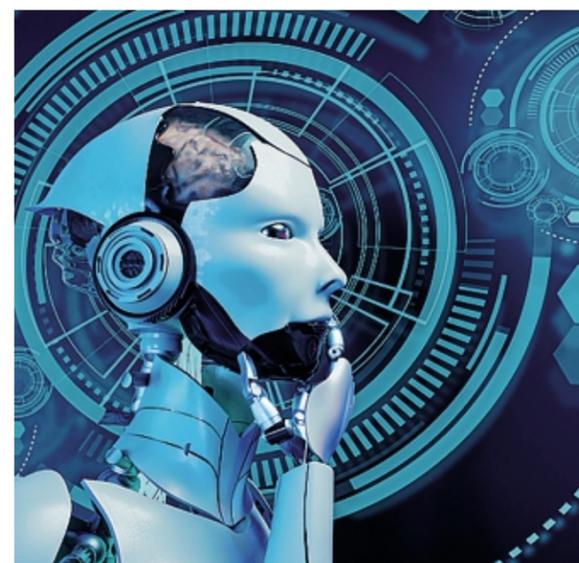
Uno studio del Massachusetts Institute of Technology, molto citato in questo periodo, ha rilevato che solo il 5% dei progetti di Intelligenza Artificiale integrata, genera milioni di valore, mentre la stragrande maggioranza resta bloccata senza un impatto misurabile sul conto economico. «Leggendo il report nel dettaglio, ci si rende conto che il campione di aziende è molto limitato, inoltre, l'indagine è stata svolta tra gennaio e giugno, e nel frattempo l'AI generativa a cui si fa riferimento è già molto cambiata, oggi

si utilizzano tecnologie diverse - spiega Stefano Poliani consigliere incaricato Area Innovazione Confindustria Como e presidente Digital Innovation Hub Lombardia - Questo studio fotografa una fase iniziale dell'introduzione dell'AI nelle imprese. Molte aziende, dopo aver sentito parlare di AI, si sono buttate sulla tecnologia senza una strategia precisa. In quella prima fase è prevalsa l'euforia per lo strumento, ma senza una corretta pianificazione, questo ha portato a una scarsa riuscita dei progetti». L'introduzione dell'AI generativa tramite l'uso di agenti ha completamente cambiato lo sce-

nario in pochi mesi: «Lo studio, anche se in diversi punti offre uno spaccato che oggi può ritenersi superato, ha ragione nel sostenere che introdurre una tecnologia come l'AI in modo non strutturato, senza un piano, senza chiarire le implementazioni strategiche e senza fornire informazioni e formazione adeguata all'organizzazione, rende inevitabilmente la tecnologia poco fruibile». Razionalizzare un processo e permettere alle proprie risorse di non perdere tempo in attività semplici e ripetitive, ma di concentrarsi su attività a più alto valore, consente a tutta l'organizzazione di crescere: «Se in azien-

da qualcuno trascrive dati da un software all'altro a causa della mancanza di integrazione dei sistemi, l'AI può automatizzare questa attività. Le ore risparmiate possono essere dedicate ad altre mansioni. L'uso dell'AI nel back office riduce significativamente il tempo dedicato a compiti ripetitivi, senza però eliminare la necessità di supervisione e controllo umano sui processi».

L'incertezza e le informazioni contrastanti generano timori, rallentando l'adozione di nuove tecnologie come l'AI? «Oggi gli imprenditori si rendono conto che, con una buona strategia e il supporto di un fornitore qualificato, è possibile ottenere risultati concreti. L'idea di "scarico GPT e lo gestisco tutto in casa" senza una strategia chiara e lasciando libertà d'uso alle persone, porta a un'efficacia molto limitata. Partire da un'analisi aziendale strutturata, come facciamo noi all'interno del Digital Innovation Hub Lombardia con l'assessment di maturità digitale, restituisce all'azienda una vi-



Fa discutere il reale impatto sul conto economico FREEPIK

sione precisa del suo stato di maturità digitale e dei processi pronti per l'AI». «Di sicuro bisogna evitare di guardare l'AI dallo specchio retrovisore. Le informazioni contenute nel report del Mit, ma

anche in altre indagini e ricerche, ci raccontano spesso il passato, ma non possiamo guidare guardando indietro, dobbiamo invece concentrarci su ciò che sta accadendo davanti a noi». **L. Bor.**