Le tecnologie digitali stanno trasformando il modo di fare e vivere il business. Le aziende devono integrare strategicamente tutte le potenzialità offerte dall'AI per essere più competitive.

Intelligenza applicata: tecnologia e ingegno umano per potenziare il business

Le tecnologie digitali stanno entrando sempre di più nel mondo del lavoro affiancando le persone nello svolgimento delle loro mansioni – a volte sostituendole del tutto. Per essere competitive le aziende devono integrare strategicamente all'interno del loro business tutte le potenzialità offerte dall'AI. Ma come farlo praticamente? E quali strumenti/competenze servono? Nell'undicesimo rapporto Looking Forward - Intelligenza Applicata, allegato al numero di luglio/agosto di HBR Italia, Accenture propone diverse soluzioni per combinare e applicare quell'insieme di tecnologie che vanno sotto il nome di Intelligenza Artificiale. Durante l'incontro del 2 ottobre 2018, organizzato da The Ruling Companies, esperti e testimoni aziendali hanno illustrato i benefici effetti dell'applicazione dell'AI in diversi contesti aziendali.

Marco Morchio (Managing Director, Accenture Strategy Lead) ha innanzitutto spiegato cosa significa "intelligenza artificiale" nella vision di Accenture che vede queste tecnologie come una nuova interfaccia tra azienda e consumatori. L'AI è in grado di interpretare meglio i bisogni dei consumatori e supportare i processi aziendali. Nel futuro non avrà solo un ruolo esecutivo ma saprà anche prendere decisioni e, come l'uomo e le organizzazioni, avrà anche delle responsabilità.

Il tema centrale è quello di identificare i principali ambiti di applicazione dell'intelligenza artificiale e capire come le aziende possano utilizzare al meglio il potenziale di questa innovazione. È bene chiarire che non si tratta di un singolo strumento ma di un insieme di tecnologie il cui effetto combinatorio aumenta le capacità umane. Grazie agli algoritmi, al machine learning e alle reti neurali è possibile replicare le facoltà di compressione e apprendimento delle persone che vengono unite alla potenza di calcolo ed elaborazione dei computer. Queste macchine sono in grado di raccogliere dati dall'esterno, comprenderli, agire sulla base delle informazioni e apprendere in modo continuo per elaborare soluzioni sempre migliori. L'intelligenza artificiale può essere applicata in diversi ambiti e contesti per sviluppare innovativi modelli operativi e di business. Se utilizzata nel modo corretto, può rappresentare un fattore critico di successo per le aziende e per tutta la società. Accenture ha valutato che se le aziende investissero in AI con gli stessi tassi delle imprese leader, potrebbero far crescere i loro ricavi del 38% alzando il livello di occupazione del 10% tra il 2018 e il 2022. Infatti, l'applicazione della AI, ossia l'intelligenza applicata, permette alle aziende di aumentare l'efficienza e la produttività delle proprie persone e dei propri asset, agendo in modo collaborativo a supporto dell'attività umana e garantendo risultati non solo più rapidi ma migliori per l'azienda. Per migliorare le performance bisogna lavorare in quello che Morchio definisce il "Missing Middle", lo spazio in cui uomini e macchine collaborano amplificando le potenzialità reciproche. Le tecnologie non servono solo ad automatizzare i processi, devono trasformarli per cambiare le operazioni interne o il posizionamento sul mercato. Le persone devono essere formate per utilizzare nel modo più corretto questi strumenti innovativi e sviluppare nuove soluzioni legate alle tecnologie.

Secondo Bruno Lamborghini (Vicepresidente Vicario/Past President, AICA) l'intelligenza artificiale modificherà radicalmente la value chain, connettendo tutti i processi. "Anzi, è meglio parlare di data chain", precisa Lamborghini, in quanto sono i flussi di dati che oggi determinano il comportamento dell'impresa. La digital transformation sta avanzando velocemente immettendo nel sistema dosi crescenti di complessità. La convergenza delle tecnologie verrà ulteriormente potenziata dalla maggiore connettività della rete 5G. L'internet of things rivoluzionerà la fabbrica tradizionale aumentando l'efficacia e riducendo i costi. L'ingegno umano integrandosi con la potenza delle macchine farà crescere la produttività e la competitività dell'impresa. Proprio per sottolineare la centralità dell'uomo e della tecnologia a supporto, Lamborghini preferisce utilizzare la definizione "intelligenza umana aumentata". Per cogliere a pieno i benefici di queste innovazioni, bisogna colmare la lacuna delle digital skill e incentivare la cultura imprenditoriale. Il piano "Industria 4.0" ha certamente aiutato, ma nel futuro sarà necessario puntare sulle PMI e sull'aggiornamento delle competenze di manager e lavoratori. L'apprendimento continuo è indispensabile per restare al passo con i tempi e apprendere le skill adeguate – soft e hard. Servono modelli educativi diversi, scuole e università devono proporre corsi più connessi al mondo del lavoro. Bisogna rafforzare i sistemi di formazione online sulle tematiche STEAM. Nel futuro si potrà certificare i processi di apprendimento e le esperienze professionali concrete di ciascuno attraverso l'assegnazione certificata di open badge (come recentemente introdotto nelle università dal consorzio Cineca) che sempre più caratterizzeranno e daranno valore alle competenze in modo dinamico, consentendo a ciascuno di costruire il profilo certificato delle proprie competenze per l'intera vita professionale.

Numerose realtà operanti in settori diversi hanno già colto le opportunità offerte dall'intelligenza artificiale, tra queste Snam, Eni Gas e Luce, Biesse e Thales Alenia Space.

Biesse produce e vende macchinari per la lavorazione di diversi materiali (legno, vetro, pietra e metallo). Stefano Porcellini (Direttore Generale, Biesse) ha descritto i vantaggi che l'introduzione di nuove tecnologie ha portato alla sua azienda. Le macchine sono state arricchite da sensori e il programma SOFIA ne ha permesso la connessione a livello globale. L'intelligenza artificiale processa una mole enorme di dati per migliorare il funzionamento dei macchinari e anticiparne i problemi. Al prodotto tradizionale è stato aggiunto un servizio qualificato che consente di monitorare le performance della macchina e di prevederne eventuali guasti. Questo valore aggiunto viene venduto ai clienti insieme ai macchinari come un canone di manutenzione. Ciò ha consentito all'azienda di avere ricavi aggiuntivi e servire meglio i clienti. Come ha sottolineato Porcellini, non è semplice introdurre in un'azienda tradizionale di stampo meccanico tecnologie digitali come sensori, cloud e data analytics. Dopo aver superato alcune resistenze interne, Biesse ha visto aumentare i suoi ricavi di 4/5 milioni di euro solo nell'ultimo anno e nel futuro prevede ulteriori incrementi per il rinnovo annuale dei canoni.

Per Snam investire nella digitalizzazione è stata una scelta etica, coerente con la mission dell'azienda. Cosma Panzacchi (Executive Vice President Digital Transformation and Technology, Snam) ha spiegato che l'applicazione di intelligenza artificiale ha aumentato la sicurezza delle infrastrutture e migliorato il servizio al consumatore. Il progetto Smart Gas comprende diversi servizi che permettono agli addetti di avere più informazioni sulle infrastrutture e di gestirle meglio grazie a sistemi di realtà aumentata. I tool tecnologici forniscono suggerimenti ai tecnici, permettono di anticipare eventuali problemi e rispondere in tempo reale alle criticità. Inoltre, è possibile monitorare le best practice, condividerle e lavorarci.

L'iniziativa Tomorrow Energy Network si propone di rendere la rete gas più trasparente, migliorare i sistemi di forecasting e superare la dicotomia con le fonti rinnovabili. Una migliore gestione degli impianti riduce le emissioni, migliora la sicurezza e abbassa i costi per i clienti. Oggi gli investimenti necessari per l'adozione di sistemi innovativi non sono più così inaccessibili e non servono più tempi lunghissimi per l'implementazione. Come ha evidenziato Cosma Panzacchi, serve un forte endorsement da parte del vertice. Il collegamento tra tecnologia e mission aziendale ha motivato i dipendenti e permesso di vincere le resistenze al cambiamento.

Eni Gas e Luce si occupa della commercializzazione dei servizi di gas e luce. Secondo Pasquale Cuzzola (Responsabile Customer Relations & Operations, Eni Gas e Luce) le tecnologie oggi sono il fattore critico di successo per l'azienda in quanto consentono di rispondere alle esigenze di personalizzazione, velocità e qualità espresse dai clienti. Il progetto Smart Factory di Eni Gas e Luce ha l'obiettivo di evolvere i modelli operativi e di go-to-market. I sistemi tecnologici sono stati applicati al back office per rendere le operazioni più efficaci ed efficienti. Sono stati automatizzati alcuni processi tra cui la gestione delle letture del contatore, i controlli di fatturazione e le richieste dei clienti. L'AI ha reso più efficienti alcuni processi standard, migliorato l'interazione con il cliente attraverso i chatbot e creato nuove opportunità di mercato proponendo strategie commerciali personalizzate. La trasformazione digitale crea valore per le imprese e ne aumenta la competitività nei confronti dei nuovi player pronti a tramutarsi in competitor, come Google e Amazon abilissimi nell'intercettare i bisogni dei clienti e rispondere velocemente.

L'intelligenza artificiale può essere applicata in qualsiasi contesto, anche nello spazio come dimostra il caso di Thales Alenia Space. Arturo Intelisano (Head of Product Line Managers, Thales Alenia Space) ha descritto come le nuove tecnologie siano state installate nei satelliti per l'osservazione della terra. Cosmo Skymed è un potente sistema di osservazione della terra tramite radar. Le "foto" scattate vengono processate e interpretate tramite sistemi analitici. Questo servizio può essere commercializzato in diversi settori, dall'agricoltura alla gestione del territorio e delle infrastrutture. L'elaborazione di queste immagini tramite algoritmi e l'analisi dei dati rilevati consente di prevenire disastri ambientali, emergenze e sorvegliare diverse zone marittime e terrestri.

Il management deve cambiare prospettiva e spingere verso l'innovazione. Serve un cambiamento culturale che coinvolga leader e dipendenti di qualsiasi età e livello. Inoltre, bisogna sfatare alcune false credenze legate alle nuove tecnologie. Il progresso non è un male e non porterà via il lavoro alle persone, anzi potrà aumentarne le potenzialità. Le grandi aziende stanno già lavorando in questa direzione ma è importante che le istituzioni si attivino per coinvolgere anche le piccole e medie imprese in questo processo di trasformazione. La rivoluzione tecnologica rappresenta un'enorme opportunità per le organizzazioni, occorre però non sprecare tempo prezioso.