



Brescia Innova

Benefici & sfide

«L'Intelligenza Artificiale: una forza indispensabile, ma resta molto da fare»

• Troppe aziende bresciane sono ancora in ritardo, come emerso dal confronto ad hoc organizzato dal Csmat con esperti

BRESCIA Intelligenza Artificiale: molti strumenti, ma tanto lavoro da fare. E molte aziende bresciane sono ancora in ritardo: la conferma è arrivata dal convegno «L'Intelligenza Artificiale nell'industria», organizzato dal Csmat e in cui si sono confrontati esperti di IA e operatori economici. «L'IoT arricchito dall'IA fa esplodere le potenzialità: se ne parla molto, ma l'applicazione è molto stentata», ha spiegato Riccardo Trichilo, amministratore delegato di Csmat.

Per Michele Maltese, consigliere di Innexhub, «l'IA è lo strumento indispensabile per innovare, ma a settembre dello scorso il 70% delle imprese bresciane non ave-

va contezza del suo ruolo e il 44% non era interessato». Matteo Bandiera, program manager del Cim 4.0 di Torino, ha segnalato che la partita si gioca sull'IA, ma «non la stanno giocando né l'Italia e nemmeno l'Europa, ma gli Usa e la Cina. L'IA in Italia oggi vale circa 5 miliardi di euro, l'obiettivo è triplicare al 2030: ci saranno investimenti, ma soprattutto su machine learning». Davide Polotto, Business development manager del MADE Competence Center, ha ricordato il grande divario tra grandi imprese e Pmi nell'adozione dell'Intelligenza Artificiale (61% contro 18%). «Per le Pmi che vogliono adottare queste soluzioni, abbiamo implementato un IA assessment, per capire dove l'IA possa esprimere il massimo valore nella produzione, con l'analisi dei prodotti e dei processi. Facciamo anche parte del programma europeo AI Matters, dedicato a chi sviluppa soluzioni di AI da mettere sul mercato, per fare dell'Eu un luogo di eccel-

lenza per il settore, sostenendo il manifatturiero verso l'adozione di nuove soluzioni con un contributo tra 50 e 80 mila euro».

Gli approfondimenti

Nel corso della tavola rotonda, sono stati affrontati aspetti concreti come «la mappatura di tutti i processi che risiedono in un sistema gestionale evoluto, connettendo le informazioni che arrivano dalle macchine e ri-elaborandole con l'IA», segnalato da Luisa Ferrari, Director solution manager & business development di Formula Spa. Cristina Zanini (responsabile dell'area Sviluppo d'impresa, Europa e Innovazione di Confindustria Bs e direttore generale di InnexHub) ha ricordato che «un progetto di IA non deve partire dalla tecnologia, ma da un problema. La vera sfida è sui dati, creando soluzioni sulla parte industriale e una comprensione su come costruire dataset di rilievo».

Tuttavia non bisogna dimenticare «conto economi-



Strategica L'IA è fondamentale per innovare, tuttavia ancora troppe aziende non la considerano

co, recupero di produttività, riduzione dei costi e miglioramento dei processi: abbiamo gli strumenti per tradurre la tecnologia in impatto economico, le aziende manifatturiere devono recuperare competitività e l'IA permette di farlo», ha evidenziato Enrico Pisino, amministratore delegato di Competence Industry Manufacturing 4.0 Scarl. Alfonso Emilio Gerrevini, docente di Ingegneria dell'Informazione a UniBs, ha parlato di due esempi di collaborazione tra università e aziende: per Ero srl (attiva

nel packaging) è stato realizzato un sistema di visione artificiale per riconoscere il corretto deposito della colla, con Lonati spa è in atto il progetto Arcadia, un sistema di manutenzione produttiva su larga scala con l'uso del cloud con dati elaborati dall'IA.

Riccardo Sesini di Vhit spa ha spiegato che «l'introduzione dell'IA nel processo manutentivo ci ha permesso di ottenere un aumento di produttività del 5% annuo e di intervenire sui fermi anche di notte, in assenza dei ma-

nutenitori più esperti, grazie alle rielaborazioni di Chat Gpt». Importanti pure i risultati di Aws, che grazie all'IA ha permesso a un'azienda Usa di predire il malfunzionamento di una macchina 60-90 giorni prima del fatto. «Non dimentichiamoci del costo dell'IA, che diventerà rilevante - ha osservato Giorgio Chivilo, Business development manager manufacturing dell'azienda -: molte imprese stanno investendo nei chip e negli hardware per renderli più semplici e efficienti». **Manuel Venturi**

La prospettiva

Consumatori, l'IA dà consigli per gli acquisti

• Per un italiano su tre entro il 2030 anche il servizio clienti potrebbe essere interamente gestito con la nuova tecnologia

BRESCIA Un italiano su tre ritiene che entro il 2030 l'Intelligenza Artificiale potrebbe essere utilizzata per ottenere consigli per gli acquisti

personalizzati e che il servizio clienti potrebbe essere interamente gestito dall'IA: emerge da «ServiceNow Consumer Voice Report 2024: Tackling the brand loyalty crisis», ricerca di ServiceNow, leader globale in workflow digitali.

I clienti italiani optano per diversi canali, in base al motivo contingente e i motori di



Il futuro L'IA di supporto anche ai consumatori

Le indicazioni fornite dalla ricerca di ServiceNow leader globale in workflow digitali

ricerca intelligenti sono considerati i migliori per le prime informazioni (28%). Nel momento in cui si ha bisogno di risolvere un problema specifico, però, si preferisce ancora una telefonata con un rappresentante umano (44%). Interessante notare come il 21% riconosca e cominci a premiare l'utilizzo di chatbot, riconosciuti come

servizio importante che l'azienda deve offrire per il 62% del campione. Gli italiani che non vorrebbero utilizzare l'Intelligenza Artificiale spiegano che il motivo principale è il timore che sostituisca i posti di lavoro umani (37%). A seguire la mancanza di personalizzazione (28%) e il desiderio di risposte sincere e non standard (23%).

MAIN PARTNER



ANCE | BRESCIA

