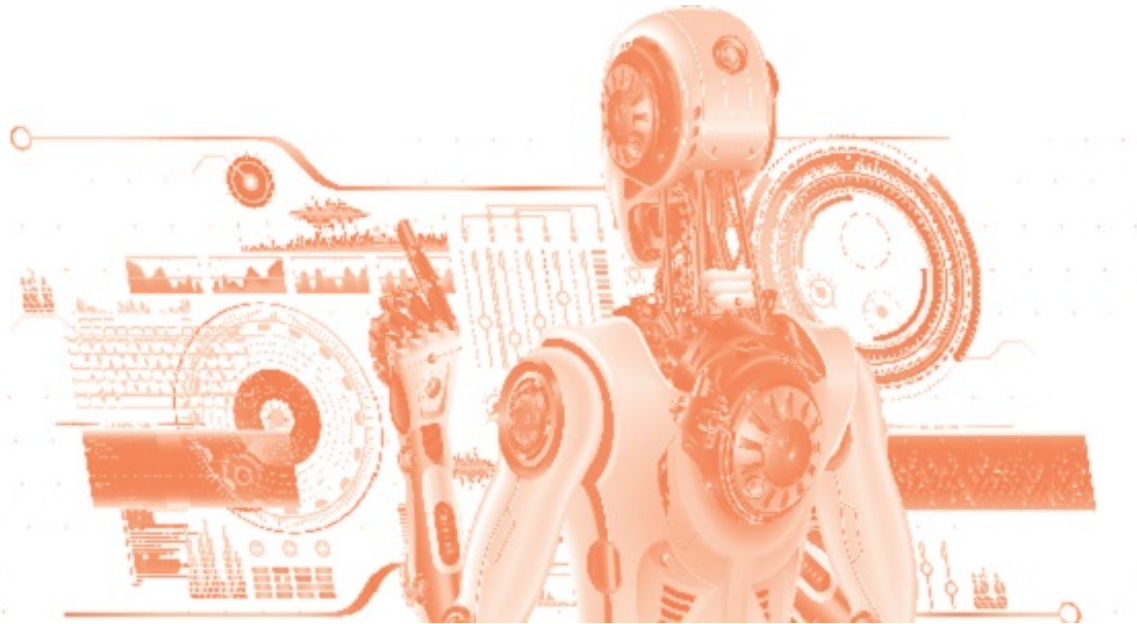


SISTEMI&IMPRESA

Management e tecnologie per le imprese del futuro

Dicembre 2020 di Giorgia Pacino - Estratto



Dal dato all'Intelligenza Artificiale Estrarre valore dalle informazioni

Le previsioni non si fanno più sui dati del passato. Gli algoritmi sanno intercettare i trend del futuro, unendo matematica, statistica e analisi di scenario

Non è né l'algoritmo né la tecnologia. Il vero motore dell'Intelligenza Artificiale (AI) sembra essere, in ultima istanza, proprio l'essere umano. Se è vero, infatti, che l'AI può 'aumentare' l'intelligenza umana, contribuendo a creare nuove connessioni e amplificando le opportunità, la realtà delle applicazioni industriali di macchine e sistemi intelligenti ci dice oggi che vale anche il contrario. Lo conferma una ricerca realizzata dal MIT e dal Boston Consulting Group, che hanno intervistato 3mila manager di oltre 100 nazioni al mondo per indagare quanto e come sia stata utilizzata l'AI negli ultimi quattro anni. Ebbene, la maggioranza dei dirigenti d'azienda ha compreso il potenziale valore commerciale della tecnologia, ma soltanto un'azienda su 10 è riuscita a trarne significativi vantaggi finanziari. Come? Puntando sull'intelligenza umana: quelle che hanno avuto successo sono le aziende che hanno cambiato i processi organizzativi, adattandoli alle nuove tecnologie e coinvolgendo le persone nel cambiamento. Le organizzazioni, cioè, che hanno deciso non di insegnare alle macchine né di apprendere da loro, ma di imparare insieme con l'algoritmo, in modo sistematico e continuo.

Tecnologia a sostegno delle scelte strategiche

Su questo fronte, resta l'estrema eterogeneità degli atteggiamenti imprenditoriali. Numerose aziende non hanno ancora una strategia precisa sulla Data governance e sull'utilizzo dei dati come sistema di supporto decisionale, altre hanno adottato da tempo un approccio strutturato e vogliono ora fare di più, andando a orientare l'analisi verso il futuro invece che sui dati storici. *“Il percorso non è solo questione di crescita del software, ma culturale: quando si tratta di prendere decisioni strategiche le PMI lavorano ancora molto ‘di pancia’, ma anche l'intuizione può essere suffragata o messa a verifica da un sistema strutturato”*, fa notare **Mirko Menecali, Partner e Alliance Manager di Sinfo One**, che da anni ha una business unit dedicata all'analisi dei dati. La crisi economica e il covid-19, secondo Menecali, hanno dato la spinta verso due direzioni: da un lato, un maggior controllo dei costi, da cui discende l'importanza di avere dati coerenti e completi piuttosto che estesi; dall'altro lato, la volontà di usare un sistema Data driven per valutare decisioni strategiche nell'ottica di un cambiamento di mercato che possa sopperire in termini di business a quanto perso nell'ultimo periodo. *“È in questo secondo ambito che entrano in gioco l'AI e i sistemi evoluti, per analizzare la situazione attuale e l'evoluzione dello scenario futuro. Per ottenere questo obiettivo non serve solo una base dati strutturata e ben fatta, ma è importante poter integrare i dati con fonti esterne”*. Non dobbiamo, però, pensare a sistemi intelligenti che sostituiscono il fiuto dell'imprenditore. Anzi, la bravura del consulente sta proprio nel supportare il decisore strategico con un sistema che sostenga in logica Data driven le scelte adottate. *“Gli utilizzi dell'AI sono molti: oltre che analizzare i fenomeni di business con algoritmi complessi, l'AI lavora sotto traccia, ottimizzando il Database in modo autonomo, rendendo facile l'utilizzo di basi dati più eterogenee e voluminose, oppure intervenendo sull'interfaccia utente con la possibilità di interrogare i dati in linguaggio naturale”*, continua il manager. *“L'AI non interviene solo nel generare la previsione, ma soprattutto nel facilitare l'interazione umana e la comprensione dei fenomeni di business”*.