

SISTEMI&IMPRESA

Management e tecnologie per le imprese del futuro

N. 1 - gennaio/febbraio 2024

Hendrika Visenzi
Ceo
di Givi

■ **Givi, il Made in Italy corre su due ruote**

- Più competitiva con la tecnologia
Il cambio di passo della Manifattura
- Innovazione nelle PMI del Made in Italy
L'AI come alleato per la crescita
- Da esperto a coordinatore
Il nuovo ruolo dell'IT
- Sinfo One, nuovo assetto societario
per celebrare 40 anni di attività

ESTE
Cultura d'impresa



PER INFO E ABBONAMENTI
www.este.it

Daniela Bobbiese | responsabile abbonamenti ESTE | ☎ 02.91434400 | ✉ daniela.bobbiese@este.it

Più competitiva con la tecnologia

Il cambio di passo della Manifattura

L'innovazione tecnologica è cruciale per potenziare l'efficienza delle aziende di produzione. È una novità non ancora ampiamente diffusa. Ma è destinata a rivoluzionare il settore

di Martina Midolo

L'Intelligenza Artificiale (AI) costituisce un elemento essenziale per potenziare l'efficienza dei processi di produzione nell'industria manifatturiera, in un contesto di innovazione digitale che ha caratterizzato l'ultimo decennio. Nella cosiddetta 'Manifattura intelligente', l'AI si integra con tecnologie emergenti come Robotica, Internet of Things (IoT) e cloud, rivoluzionando l'automazione dei processi produttivi. Questo approccio implica l'utilizzo di macchine autonome dotate di AI per gestire soprattutto le attività ripetitive e pesanti, garantendo una produzione più efficiente e sicura. Le principali aree di impatto dell'AI nei processi produttivi includono, infatti, l'automazione, la connettività tra dispositivi e la gestione avanzata dei dati; mentre la raccolta, l'analisi e l'utilizzo delle informazioni emergono come aspetti centrali. Le imprese italiane stanno attrezzandosi per sfruttare le opportunità tecnologiche, con il 59% che ha già sperimentato strumenti AI e il 40% che prevede investimenti nei prossimi tre anni (come emerge dall'analisi 2023 di Deloitte sull'AI). La sua integrazione, però, comporta una trasformazione significativa, perché è vero che crea un ambiente produttivo all'avanguardia in grado di affrontare le sfide in modo innovativo e di mantenere un elevato grado di competitività nell'era digitale, ma non tutte le imprese sono pronte per questa evoluzione.

Una nuova cultura per l'innovazione

In Italia c'è un forte divario digitale tra grandi e Piccole e medie imprese (PMI). Mentre le organizzazioni più strutturate hanno un'adozione diffusa delle tecnologie, quelle più piccole restano indietro, con una carenza di formazione e di infrastrutture, spesso limitandosi a programmi di tecnologia IoT senza sfruttarne appieno i dati raccolti. "Nelle PMI la consapevolezza e l'adozione dell'AI sono ancora limitate. Tra i principali freni ci sono la mancanza di competenze e di formazione, la percezione di costi elevati e la sfida dell'integrazione dei sistemi esistenti", specifica **Niccolò Desenzani, Product Manager di Ammagamma**, società di Data science che offre soluzioni di AI.



Niccolò Desenzani,
Product Manager
di Ammagamma



La tecnologia responsabile è umano-centrica

Attiva nel settore dell'innovazione tecnologica, Workday è un'azienda focalizzata sull'offerta di soluzioni esclusivamente basate su cloud. La sua presenza nel mercato è distintiva, poiché si concentra su applicativi gestionali che hanno un impatto significativo su due aree chiave: le risorse umane e le finanze. Fondata nel 2005, si distingue per la sua 'giovane età' e per il rapido riconoscimento guadagnato nel settore, con una forte declinazione verso temi come l'AI e l'innovazione tecnologica. Un elemento chiave della filosofia di Workday è l'approccio 'Human centric', che pone l'utente al centro di ogni soluzione. Questo approccio ha portato a un notevole successo nel Business to Business, con una presenza significativa in molte grandi aziende. "La società si distingue per l'implementazione di soluzioni AI, inclusa la generazione di linguaggio naturale e il Machine learning. Questi strumenti forniscono alle imprese una vasta gamma di vantaggi, come la semplificazione delle attività quotidiane, l'ottimizzazione dei processi decisionali e la gestione efficace delle risorse umane e finanziarie", dichiara **Andrea Cissello, Sales Director di Workday Italia.**

Un aspetto rilevante riguarda l'interazione conversazionale, evidenziando come Workday stia promuovendo un'esperienza utente conversazionale attraverso l'AI. Ciò si traduce in soluzioni che consentono agli utenti di interagire con i sistemi attraverso il testo, semplificando processi come la definizione di *job description*, la revisione delle performance e la gestione delle competenze. A ogni modo, l'approccio responsabile all'utilizzo dei dati sensibili è evidenziato come una priorità fondamentale, con un *Advisory board* interno dedicato all'AI responsabile, a dimostrazione dell'impegno nel garantire la sicurezza e la qualità dei dati utilizzati nei propri servizi. "Lavoriamo in sinergia con le aziende clienti per implementare soluzioni efficaci su misura, con l'obiettivo di migliorare l'efficienza operativa, accelerare il *time to market* e ottimizzare la gestione delle risorse umane", aggiunge Cissello.

È evidente che l'innovazione tecnologica abbia, su tutti, permesso un accesso democratico ai dati, incentivando la condivisione e la collaborazione tra funzioni aziendali e mostrando, allo stesso tempo, una nuova importante sfida per le imprese (insieme con la necessità di una leadership chiara) affinché i progetti abbiano successo.



La consapevolezza del potenziale vantaggio competitivo derivante dall'adozione delle tecnologie digitali è crescente, ma la formazione e il supporto continuano a essere fattori critici per garantire un cambiamento culturale efficace e un'adozione diffusa dell'AI. Un altro aspetto da considerare è la posizione dei manager rispetto al tema: essi rivestono un ruolo chiave nell'introduzione della tecnologia, con diverse sfide e preoccupazioni a seconda del loro ruolo. Secondo Desenzani, infatti, "queste persone dovrebbero farsi protagonisti del cambiamento, promuovendo progetti pilota mirati per sperimentare soluzioni AI in aree specifiche e dimostrarne il valore, oltre che veicolare consapevolezza e coinvolgimento sull'AI all'interno delle aziende, con opportuni strumenti di comunicazione". Con l'adozione dell'AI nelle aziende, la previsione e l'automazione sono diventate temi cruciali, con un'attenzione particolare alla manutenzione predittiva e

all'automazione dei processi decisionali. Questo comporta anche un'importante riflessione sui dati raccolti e che si hanno a disposizione, e della loro 'qualità' al fine di ottenere informazioni e previsioni accurate. "Non è sempre necessario avere un grande volume di dati, ma piuttosto servono informazioni ben selezionate e organizzate in modo efficace", riflette Desenzani.

Un approccio graduale e una visione integrata

Una delle principali sfide legate all'AI riguarda la sua integrazione nei processi e nelle soluzioni applicative già esistenti all'interno delle strutture aziendali, richiedendo l'assistenza di fornitori di tecnologie e consulenti per guidare il processo e formare il personale. "Per superare questa sfida, molte aziende stanno introducendo approcci graduali e strategie di implementazione flessibili. Iniziano spesso con progetti



Giuseppe Antonazzo,
Solution Architect and Cloud
Platforms Specialist
di Digix Plus

pilota mirati a settori specifici o processi chiave, valutando l'efficacia dell'AI e identificando gli aggiornamenti o le modifiche necessarie nei sistemi esistenti. Questo approccio graduale consente di minimizzare i rischi, testare l'efficacia della tecnologia e, allo stesso tempo, limitare l'impatto sulle operazioni quotidiane", afferma **Giuseppe Antonazzo, Solution Architect and Cloud Platforms Specialist di Digix Plus**, società di consulenza specializzata nella digitalizzazione dei processi e

nell'integrazione di sistemi. A suo giudizio, l'AI va intesa come un servizio, una funzionalità che arricchisce le tecnologie esistenti; il suo utilizzo potenzia l'automazione e le analisi delle informazioni, mirando a migliorare l'efficienza dei lavori ripetitivi e a dare significato ai dati raccolti. L'adozione dell'AI può essere ostacolata da sfide come la complessità delle tecnologie, la necessità di competenze specializzate e il timore del cambiamento. Per superare questi ostacoli, è cruciale un approccio strategico che consideri aspetti tecnologici, organizzativi e culturali. "La sensibilizzazione, la formazione del personale e una chiara comunicazione sui benefici delle nuove tecnologie possono facilitare un'adozione più agevole e consapevole", prosegue Antonazzo. La mancanza di cultura dei dati e l'importanza della pianificazione dei progetti digitali potrebbero rappresentare delle sfide per il nostro Paese. Inoltre, l'AI costituisce un acceleratore per la diffusione dei Digital twin e potenzia le analisi dei dati raccolti tramite IoT, ottimizzando le operazioni manifatturiere e conducendo a decisioni guidate dai dati. A ogni modo, nell'ambito Manifatturiero, si prevede per il prossimo futuro un'evoluzione in cui l'AI generativa non sia solo una tecnologia isolata, ma un elemento integrante delle strategie aziendali.



L'AI è uno strumento, non il fine

L'AI sta comportando un cambiamento rivoluzionario, simile a quello di internet. Secondo **Andrea Langfelder, Business Development Manager HCM Solutions di Oracle**, le imprese devono essere incoraggiate a sfruttarla per affrontare le sfide emergenti e ottenere un vantaggio competitivo, tenendo a mente che, nell'attuale panorama economico, chi non si adatta rischia di restare indietro.

L'AI può essere utilizzata in diverse aree, come la gestione dei processi produttivi, la sostenibilità e la gestione delle risorse umane in azienda. Nell'ambito della Produzione, può ottimizzare la manutenzione preventiva delle apparecchiature, migliorare l'efficienza e ridurre i tempi di fermo delle macchine; ma ha un impatto anche nella Logistica e nei trasporti, con ricadute sulla gestione delle scorte e sulla pianificazione dei percorsi per affrontare le sfide globali, come i cambiamenti imprevedibili nelle condizioni geopolitiche e socio-economiche che spesso mettono a repentaglio le catene di fornitura globali. "Anche i responsabili HR possono trarre valore dalla tecnologia, che è in grado di migliorare la selezione del personale attraverso algoritmi generativi o la valutazione delle prestazioni mediante l'automazione di processi specifici", osserva Langfelder. Rispetto al tema della sostenibilità e della normativa Environmental, Social, Governance (ESG), invece, l'AI (e, in particolare, l'AI generativa) può contribuire alla realizzazione del bilancio di Sostenibilità e nel supportare le aziende nella comunicazione efficace delle iniziative sostenibili integrate nei bilanci. Inoltre, Oracle pone molta attenzione affinché il proprio cloud infrastrutturale sia un ambiente altamente potente e performante per il training degli algoritmi, un elemento critico nell'implementazione efficace di questa tecnologia: "L'approccio distintivo di Oracle intende l'AI come una risorsa amica, e non una minaccia occupazionale", conclude il manager. L'azienda mantiene alta l'attenzione rispetto alla ricerca e allo sviluppo, collaborando con altri partner per mantenere la leadership nel settore delle tecnologie AI.



La capacità umana di interpretare e valorizzare i dati

Per Ally Consulting, società di consulenza IT che affianca le PMI del settore manifatturiero, la sfida di introdurre l'AI nel tessuto aziendale italiano si traduce nell'obiettivo di fornire applicazioni che apportino benefici tangibili, anche considerando le limitate risorse di queste imprese. "L'interesse nei confronti di questa nuova tecnologia è cresciuto, insieme con la confusione diffusa riguardo alle sue potenzialità. Molte aziende vedono l'AI come una soluzione a tutto, ma la mancanza di comprensione e la paura di non avere interlocutori capaci di circoscrivere e risolvere problemi specifici creano incertezza", commenta **Paolo Aversa, Managing Director di Ally Consulting**.

Tradizionalmente impegnata nel campo degli Enterprise Resource Planning (ERP), l'azienda si muove su due filoni: fornire al Manifatturiero prodotti con algoritmi di AI il cui risultato (e ritorno di investimento) sia visibile in maniera rapida e offrire consulenza per stimolare l'interlocutore a comprendere il valore dell'applicazione di concetti predittivi e di Machine learning. In termini di vantaggi concreti, il focus è sulla capacità di generare profitto, dimostrando che l'AI può ridurre immobilizzazioni di capitale, ottimizzare le scorte di sicurezza e migliorare l'efficienza complessiva. Per esempio, l'AI può essere applicata nel *forecasting* aziendale, combinando



Paolo Aversa,
Managing Director
di Ally Consulting

dati storici con variabili esterne come la situazione geopolitica o climatica. Questo approccio permette alle aziende di anticipare la domanda e ottenere un vantaggio competitivo. Inoltre, l'accento è posto sul fatto che la tecnologia non sostituisce, ma potenzia le capacità umane, permettendo alle persone di essere più efficienti e strategiche nei loro ruoli. "Riguardo alle competenze, emerge la necessità di una nuova abilitazione delle risorse umane. L'AI non richiede solo competenze tecniche per implementare algoritmi, ma anche una capacità umana di interpretare e valorizzare i dati", aggiunge Aversa. L'evoluzione delle competenze delle persone è vista come un vantaggio significativo per le aziende, che possono sfruttare in *toto* il potenziale dell'AI attraverso la collaborazione sinergica tra tecnologia e risorse umane.

NON C'È **SVILUPPO** SENZA **CULTURA D'IMPRESA**



I prodotti editoriali ESTE
sono da oltre sessant'anni
un punto di riferimento
per l'aggiornamento
professionale di manager
e imprenditori

**Sviluppo &
Organizzazione**

**Persone &
Conoscenze**
La voce della Direzione del Personale

SISTEMI&IMPRESA
Management e tecnologie per le imprese del futuro

MIT Sloan
Management Review Italia

IWE
INCLUSION, WELLFARE, ENVIRONMENT

ABBONATI ORA

Le riviste ESTE sono distribuite solo su abbonamento. Abbonati sul sito www.este.it alla **versione cartacea+digitale** oppure scopri i pacchetti **abbonamento digitali** scaricando l'**APP ESTE**.

Per informazioni:
Daniela Bobbiese – Responsabile Abbonamenti ESTE
02.91434400 – daniela.bobbiese@este.it

