

LAVORO E ROBOT

Gli imprevisti dell'intelligenza artificiale: mancano giovani competenti

EMILIANO
DAL TOSO
a pagina 39

Lavoro e robot

Imprevisti dell'intelligenza artificiale
Non si trovano giovani competentiSolo a Milano, nel 2023, il 60% delle aziende ha richiesto profili specializzati: ma in un caso su due non sono state reperite persone preparate. **Sangalli**: «Supportiamo le piccole imprese»

EMILIANO DAL TOSO

■ La conoscenza dell'intelligenza artificiale nelle richieste di lavoro delle imprese è un fattore sempre più decisivo e importante. Nello sviluppo della tecnologia digitale, le aziende hanno compiuto dei passi da gigante. Ma scatta un allarme: la grande richiesta delle imprese di profili professionali legati all'intelligenza artificiale evidenzia la loro difficoltà a trovare professionisti che abbiano competenze specifiche. Nel 2023 il 60 per cento delle aziende milanesi ha richiesto queste caratteristiche, ma nel 45,6 per cento dei casi questi professionisti sono stati difficili da trovare.

PROFILI DIFFICILI

Gli ingegneri elettrotecnici e gli ingegneri dell'informazione rappresentano, in modo specifico, i due profili più difficili da reperire quando si richiedono specificità nell'utilizzo di internet e di linguaggi e metodi matematici e informatici. Secondo i dati forniti dalla **Camera di Commercio** di Milano, meno del 10 per cento delle imprese utilizza al momento l'intelligenza artificiale, ma il 15 per cento intenderebbe investire in questo tipo di tecnologia nei prossimi tre anni. E questi numeri sono accompagnati dai 40 mila test di autodiagnosi della maturità di-

digitale, che sono stati realizzati attraverso i Punti di impresa digitale delle **Camere di commercio**. La riflessione più opportuna da fare, quindi, è duplice: da una parte, le imprese hanno senz'altro capito che servirsi dell'intelligenza artificiale rappresenta uno strumento potenzialmente imprescindibile per la loro competitività; dall'altra parte, le aziende che sono già attrezzate per affrontare questa sfida, al momento, sono ancora troppo poche.

Utilizzo di tecnologie internet e produzione di strumenti di comunicazione visiva e multimediale: a Milano nel 2023 sono 363 mila le entrate nelle imprese in cui è stata richiesta la capacità di utilizzare competenze digitali, a fronte di un totale di richieste di entrate da parte delle imprese di 507 mila. Quelli del capoluogo lombardo sono numeri che individuano una fetta nazionale particolarmente importante, dal momento che sono tre milioni e mezzo le entrate complessive in Italia accompagnate da competenze digitali.

Delle 363 mila entrate milanesi, 178 mila riguardano richieste con un grado elevato di conoscenza: di queste, l'82 per cento con esperienza, ma viene riscontrato un 42 per cento di casi di difficile reperimento. «Le **camere di commercio** hanno avviato un vasto progetto di Open Innovation diretto a migliorare la gestione

del proprio patrimonio informativo attraverso l'intelligenza artificiale, e a cui si aggiungono una serie di sperimentazioni che prevedono l'utilizzo di questa tecnologia. È il caso della piattaforma Stendhal, un'iniziativa che consente di analizzare e verificare il posizionamento competitivo di oltre 200 destinazioni turistiche italiane attraverso indicatori che arrivano addirittura al livello comunale», ha evidenziato **Andrea Prete**, presidente di **Unioncamere**.

UN SUPPORTO

Anche **Carlo Sangalli**, presidente della **Camera di Commercio** di Milano, Lodi, Monza e Brianza, ha riflettuto sul ruolo delle imprese per affrontare una sfida che non deve dimenticare chi ha bisogno di particolare supporto: «L'arrivo dell'IA ci fa interrogare sulle responsabilità che noi abbiamo nei confronti delle aziende, soprattutto su quelle più piccole che hanno bisogno di essere accompagnate in questa veloce rivoluzione. Oggi la nostra sfida è di offrire alle piccole e medie imprese gli strumen-



ti per sfruttare al meglio l'intelligenza artificiale, e per farlo bisogna implementare le reti infrastrutturali. L'IA, se ben utilizzata, può migliorare la competitività delle aziende, ma esse devono essere pronte a sfruttare questa novità rivoluzionaria. L'impressione è quella di trovarsi di fronte a qualcosa di più grande di un semplice passaggio dell'innovazione tecnologica, perché con l'intelligenza artificiale l'uomo ha introdotto una tecnologia generativa, capace di progredire in modalità sconosciute. Bisogna normare continuamente questa realtà», ha concluso Sangalli.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Quarantamila test di autodiagnosi di maturità digitale sono stati fatti nei Punti di impresa digitale delle Camere di Commercio