

AUSED informa



L'INTERVISTA

ALDO CHIARADIA

Il CIO "governatore digitale" in equilibrio tra agilità, rischio e sicurezza.

Ricominciare è il verbo più affascinante
che esista in quanto implica la
possibilità di 'cominciare' laddove si ha
avuto paura di finire

Chiara Paciello

AUSED INFORMA

Periodico interno dell'Associazione Utilizzatori Sistemi
E tecnologie Dell'Informazione.

AUSED - Via Niccolò Copernico 38 – 20125 Milano.
+39 345 255 9509 - aised@aised.org - www.aised.org

Realizzazione

Il presente bollettino informativo è realizzato con la
collaborazione di Andrea Provini - Presidente AUSED,
Debora Tinelli - Consigliere AUSED.

Hanno collaborato a questo numero

Andrea Provini, Debora Tinelli, Sergio Caucino,
Gilberto Fucili, Diana Setaro, Gruppo Innovation Lab,
Marco Cozzi, Aldo Chiaradia, Riccardo Beltrami,
Massimiliano Bartolozzi, Sara Burro, Paolina Guri,
Roberto Morandi, Davide Rovesti, Elena Lorusso,
Carla Masperi, Riccardo Paolini, Gigliola Giacalone,
Stefania Matrone, Gialuigi Alberici.

Progetto grafico e coordinamento

Progetto Grafico e impaginazione a cura di
Cecilia Cerri - www.lacreativitarisolve.com
Coordinamento contributi e articoli: Debora Tinelli
(debora.tinelli@aised.org).

Immagini generate da Cecilia Cerri con l'AI Adobe
Firefly e Immagini di Unsplash.

Vorresti collaborare?

È possibile collaborare ad AUSED INFORMA
inviando contributi, commenti e notizie all'e-mail:
debora.tinelli@aised.org

Se volete accompagnare i testi con delle immagini si
prega di spedirle in alta risoluzione, per una migliore
riuscita grafica durante la stampa.

Questo bollettino gratuito è scaricabile in versione
PDF dal sito dell'associazione.

INDICE

EDITORIALE L'essenziale. La nuova alleanza tra domanda e offerta	4	WHITE PAPER Data Governance e AI: un binomio sempre più forte.	24
ARTICOLO DI FONDO I primi passi di Aused Women	6	WHITE PAPER Nuovi orizzonti per l'innovazione responsabile	26
L'INTERVISTA AL CIO Aldo Chiaradia risponde alle nostre domande	7	WHITE PAPER Una nuova strategia per valorizzare i dati aziendali	28
WHITE PAPER Dati e sostenibilità. Le sfide delle aziende nell'era della CSRD	10	WHITE PAPER Tecnologie e competenze al servizio dei cittadini e imprese.	30
WHITE PAPER Dai dati al successo. L'AI come motore del business del futuro	12	LA VOCE DEL PARTNER Intervista a Riccardo Beltrami di SDG Group Italy	32
WHITE PAPER Il paradigma si ribalta: con l'ai sono i bisogni a plasmare la tecnologia	14	FEATURE Sostenibilità delle nuove tecnologie. AI e l'agenda 2030 dell'ONU	34
WHITE PAPER Gestione dati. L'importanza di portare l'AI dove i dati vengono creati	16	INNOVATION LAB Il motore dell'innovazione per i CIO italiani	36
WHITE PAPER Governance dei dati aziendali nell'implementazione di strumenti di AI	18	PARTNERSHIP Nel 2025 con Richmond Italia per ampliare l'audience e il mercato	38
WHITE PAPER Come abilitare una gestione più efficiente del tempo e delle risorse	20	EVENTI Digital security Festival. Umanocentrico per natura	40
WHITE PAPER Mid market and business priorities	22	CSBNO E AUSED CONSIGLIANO... La Pigrizia, cattiva consigliera dell'AI	42



Andrea Provini

Presidente AUSED e CIO Group Bracco Imaging Spa

L'essenziale

Negli ultimi anni, abbiamo assistito a una crescita esponenziale della domanda di servizi digitali, con particolare riferimento al mercato del cloud, dei software as a service (SaaS), della cybersecurity e, soprattutto, dell'intelligenza artificiale (AI). Questo trend, confermato da numerosi studi, tra cui la CIO Survey di Netconsulting e gli Osservatorio del Politecnico di Milano, sottolinea una crescita a doppia cifra di tutto il mercato dei servizi cloud. Crescita che tuttavia non corrisponde spesso ad una altrettanto rilevante processo di trasformazione digitale delle aziende.

Dove si perde efficienza ed efficacia nell'investimento? Se la spesa cresce in modo così rilevante non sempre riusciamo ad assistere ad una crescita della componente digitale aziendale.

Al netto dell'inflazione, che comunque negli ultimi anni è tornata ad essere un elemento non marginale ed a erodere da 2 ai 4 punti percentuali su base annua del nostro budget, quello che sicuramente evidenzia l'elemento più preoccupante è la dispersione di risorse in elementi architetture non necessari e soprattutto non determinanti per il processo di trasformazione.

Un primo aspetto fondamentale da considerare è il **cambiamento nella governance della domanda di servizi digitali all'interno delle aziende**. Sempre più spesso, infatti, le decisioni non sono più esclusivamente in mano alla Direzione IT, ma vedono protagoniste le funzioni di Business. Qui non parliamo del "tradizionale" Shadow IT con cui da sempre i CIO si confrontano, ma di un ruolo esplicito e alla luce del sole che le funzioni di business si stanno ritagliando sia perché il mercato dell'As a Service toglie (fittiziamente) le complessità tecnologiche e architetture che in parte nel tempo ne hanno limitato la diffusione, sia perché le stesse funzioni di business stanno integrando figure con background digitale sempre più spinto arrivando a costruire, nei casi più estremi ma non per questo meno frequenti, dei veri e propri team digitali al loro interno con una piena autonomia (o uno scarso controllo) da parte della funzione ITS.

La nuova alleanza tra domanda e offerta

Parallelamente, l'offerta di soluzioni digitali è diventata sempre più articolata e spesso sovradimensionata ed ipertrofica rispetto alle reali necessità delle aziende. Le politiche commerciali dei fornitori tendono a proporre soluzioni di prodotti o bundle con funzionalità avanzate che, sebbene innovative, le aziende non sempre riescono a sfruttare appieno, almeno nel breve termine. Questo sovradimensionamento porta ad un aumento dei costi a parità di servizio ed ad un utilizzo non efficace del budget IT. Questa difficoltà nell'orientare al più alto ritorno sull'investimento è stato anche evidenziato dai sopracitati studi del Politecnico e di NetConsultingCube che hanno evidenziato come il 58% delle grandi organizzazioni italiane riscontri difficoltà nel controllare e governare la spesa dei servizi cloud.

Questa situazione ha due effetti principali: da un lato, impoverisce il budget IT, riducendo la capacità di investimento in nuove tecnologie e, di conseguenza, il supporto ai processi di trasformazione digitale. Dall'altro, mina la credibilità della Direzione IT e del suo leader, che appaiono in balia delle politiche di pricing dei fornitori.

Come uscire da questa situazione?

Una risposta potrebbe risiedere nell'adozione di un approccio più essenziale, come suggerito da Gabriele Romagnoli nel suo libro "Solo bagaglio a mano". Romagnoli, attraverso la metafora del bagaglio a mano, ci invita a riflettere sull'importanza di eliminare il

superfluo per concentrarsi su ciò che è veramente essenziale. Questo concetto può essere applicato anche alla gestione del budget IT: le limitate risorse disponibili ci costringono a fare scelte più selettive e a massimizzare il valore delle tecnologie adottate.

La ricerca dell'essenziale deve essere affrontata su due fronti. Da un lato, il CIO deve stringere un patto con le funzioni di Business per evitare che il digitale diventi un accessorio di moda, privo di reale impatto sui processi aziendali. Questo fenomeno è simile ai percorsi di sostenibilità che, molto spesso, sono più elementi di facciata per il mercato e gli investitori piuttosto che un reale impegno. Le aziende devono evitare di adottare tecnologie digitali solo per apparire innovative, senza un vero impatto sui processi di trasformazione. E facendo così vanno selezionate solo le componenti indispensabili al percorso, lasciando fuori quanto non essenziale.

Dall'altro, è necessario un accordo con i fornitori per evitare che le logiche commerciali prevalgano sulle reali esigenze dell'azienda. Un patto che renda più flessibile e trasparente le politiche commerciali, più flessibili le formule per integrare e rimuovere servizi al fine di mantenere sempre il portafoglio applicativo necessario. Un patto che elimini quegli elementi commerciali che rendono immodificabile e/o anticonveniente l'eliminare componenti e servizi infruttiferi per i fini aziendali.

Nel 2025, AUSED si impegnerà a

promuovere il tema dell'essenzialità come priorità nell'agenda dei CIO su entrambi i fronti :quello interno con le funzioni di business che quello esterno verso i fornitori. **L'obiettivo è rafforzare l'autorevolezza del CIO nei confronti del Business e disegnare un patto per la crescita con i fornitori.** Questo sarà possibile attraverso la serie di iniziative che caratterizzano l'anno associativo di AUSED: il network tra i changers, gli eventi residenziali (che da questo anno si arricchiscono del CIO Leaders Summit di primavera, della giornata ITDay organizzata con il Club Dirigenti di Torino, il tradizionale CIOsumMIT di Lazise, i numerosi webinar tematici, il ricco programma di formazione, la Digital Academy in collaborazione con lo SDA Bocconi e non ultimo e forse ancora più importante l'osservatorio Fornitori 2025 sviluppato in collaborazione con NetConsultingCube..

In conclusione, l'essenziale come parola chiave di tutto il nostro palinsesto. L'essenziale come parola chiave per il prossimo anno. L'essenziale per ottimizzare le risorse esistenti, eliminare il superfluo e concentrarsi su ciò che è veramente necessario per arricchire e rinforzare i budget IT, migliorando il ritorno sugli investimenti digitali.

Il viaggio del 2025 di AUSED sta per iniziare, e tutti noi siamo invitati a salire a bordo con rinnovato entusiasmo, chiamati a riempire il nostro bagaglio a mano solo con ciò che conta davvero.

Vi aspetto a bordo!

AUSED WOMEN

I primi passi di AUSED Women

Metti una nebbiosa serata autunnale, un meeting in modalità ibrida e un gruppo di donne la cui maggioranza non si conosce... non era scontato ricavare da questa combinazione un primo evento così carico di **energie ed emozioni!**

E' iniziato così il primo evento del gruppo AUSED Women che si è tenuto lo scorso 7 novembre presso gli uffici del socio sostenitore DUNE a Milano. L'evento ha coinvolto circa 20 donne che lavorano nel campo dell'Information Technology, di cui più del 70% con la carica di CIO.

Ci ha stupito tutte l'immediata sintonia che si è instaurata tra di noi ancor prima di iniziare il giro di tavolo delle presentazioni. L'obiettivo dell'incontro era quello di "colorare una tela bianca", ovvero di cominciare a riempire di contenuto il gruppo AUSED Women domandandosi: da cosa deriva la necessità di creare un gruppo Women per l'associazione? Quali priorità si dà il gruppo per le sue prime attività?

Ed è così che abbiamo cominciato a parlare di cosa ha spinto le partecipanti a registrarsi all'evento, identificando quella voglia di "restituire" alla società ciò che, come professioniste, ci siamo guadagnate noi sulla nostra pelle. Non è scontato infatti che la storia di successo di una noi possa automaticamente contribuire alla crescita di altre donne nel settore, a meno che non si investa in comunicazione e collaborazione.

In questa prospettiva, abbiamo scoperto di condividere molti desideri che ci hanno accumulato nella scelta di partecipare a questo gruppo:

- condividere le proprie esperienze;
- fare network con altre professioniste del settore;
- ispirare gli altri e lasciarsi ispirare per la propria crescita.

Inoltre, abbiamo discusso di possibili aree di lavoro prioritarie, da cui sono emerse la possibilità di approfondire le tematiche della leadership al femminile nonché supportare la consapevolezza da parte delle ragazze della possibilità di scegliere carriere STEM, alle quali purtroppo ancora troppe poche ragazze si avvicinano, soprattutto in Italia (Da fonte ISTAT in Italia, nel 2022, solo il 16,6% delle ragazze tra i 24 e i 35 anni si è laureata in materie STEM).

Insomma, un evento di inizio dei lavori carico di energia che speriamo che porrà le basi per la nostra associazione di contribuire al tema della leadership al femminile nel modo che AUSED conosce meglio: con iniziative coinvolgenti che abbiano dei risvolti pratici per la vita professionale (e non solo) dei nostri soci e di chi ci circonda.



Diana Setaro

-
Business Digital Manager Europe South
Bosch Rexroth



Le donne hanno fallito solo nel voler essere uguali agli uomini.

Paolo Crepet

PROFILO PROFESSIONALE DI ALDO CHIARADIA

Aldo Chiaradia è un professionista con trentacinque anni di esperienza nei Sistemi Informativi e nella gestione di progetti complessi di Business Process Reengineering e di digitalizzazione aziendale. Laureato in Scienze dell'Informazione, è attualmente Group IT Director di Guala Closures S.p.A., dove guida una roadmap digitale a livello globale che integra tra le altre soluzioni ERP, IoT, CRM e Cybersecurity per una gestione efficiente e sicura delle operazioni.

Dopo essere stato Senior Manager in EY e aver operato in progetti di aziende come Whirlpool e Ferrero e dopo essere stato per un periodo in Fiat, ha percorso la carriera di CIO in Riello, Benetton, Prada e Furla, contribuendo alla digital transformation dei relativi settori industriali.

È stato fondatore e co-fondatore di startup ed è membro attivo in community di CIO e tech leader.

La sua leadership è caratterizzata da un approccio collaborativo e orientato al cambiamento, con una forte propensione all'innovazione per il miglioramento continuo. Con un interesse appassionato per le tecnologie emergenti, promuove l'uso dell'intelligenza artificiale e del cloud computing come leve per il futuro del business, bilanciando il progresso tecnologico con etica, sicurezza e impatto sociale.



ALDO CHIARADIA

**GROUP IT DIRECTOR
GUALA CLOSURES**

Come hai conosciuto AUSED e come sei coinvolta in associazione?

Conosco Aused e il suo operato da molti anni e già in passato ero iscritto, in una delle aziende in cui ho lavorato. Più recentemente ho avuto modo di apprezzare il grande lavoro svolto dalla sua attuale dirigenza e così mi sono riavvicinato, fino a chiedere di poter tornare a farne parte. Al momento non ho particolari coinvolgimenti, cerco di partecipare alla vita associativa e interagisco in Be the Change, ma su questo tornerò dopo.

Tutti parlano di Intelligenza Artificiale. Come sta affrontando il tema nella sua azienda per il ruolo fondamentale che svolge? Quali i pro e i contro?

In Guala Closures, l'intelligenza artificiale sta iniziando a far parte della roadmap di digitalizzazione che coinvolge progressivamente tutte le sue sedi. Abbiamo iniziato a sperimentare i benefici che l'assistenza dell'IA può portare nell'area Finance e nell'analisi dei dati di produzione. Nella prima, pensiamo che si riveli utile per accelerare i processi di reporting e per effettuare analisi potendo interagire in linguaggio naturale con le informazioni, mentre nella seconda siamo convinti che la comprensione dei fatti produttivi così come delle anomalie e delle potenziali inefficienze possa esserne sensibilmente facilitata, a tutto vantaggio della qualità del prodotto e dei tempestivi interventi manutentivi sugli impianti.

Tuttavia, se da una parte l'IA è un agente, un partner in grado di aiutare le persone, dopo un relativamente semplice programma di formazione introduttiva per loro, dall'altra la sua adozione richiede un aggiornamento di alcune delle competenze IT, tra cui la capacità di scelta e configurazione di nuove tecnologie (ad esempio per una architettura RAG) e la predisposizione dei dati dalle diverse fonti. Non da ultime, le necessità di conoscenza

e di governo dei rischi legati alla sicurezza e alla privacy. Bilanciare tutti questi aspetti è cruciale per garantire un'adozione sostenibile dell'IA.

Se è cambiato, come è cambiato il ruolo del CIO in questi ultimi due anni?

Penso che l'evoluzione del ruolo del CIO sia andata ben avanti nella sua curva e che sia ormai normale considerarne strategica la sua presenza nel top management. La conoscenza che il CIO e il suo team hanno delle tecnologie IT, dei processi aziendali, delle informazioni chiave per il funzionamento del business, ne fanno una presenza indispensabile.

Negli ultimi due anni, dopo lo sforzo profuso durante la pandemia per assicurare la continuità operativa, i CIO non hanno potuto che sperimentare su sé stessi l'impressionante accelerazione dello sviluppo e della disponibilità di tecnologie informative digitali. Ne consegue la necessità di nuovi e, secondo me, appassionanti sforzi per la conoscenza, il discernimento e infine l'inserimento di quanto l'azienda e l'ecosistema in cui opera si attendono (perché già ne sono informati o perché è il CIO a sensibilizzarli) per sostenere attuali e, ancor più, nuove modalità di lavoro.

Mai come da ora in avanti il CIO dovrà essere un illuminato "governatore digitale", portatore di innovazione in equilibrio tra agilità, rischio e sicurezza.

Innovazione come equilibrio tra Tecnologia, Processi e Organizzazione: come bilanciarli e chi li governa?

L'equilibrio va ricercato nella costante collaborazione tra tutte le Funzioni aziendali, dalle Risorse Umane alla Ricerca

e Sviluppo, alla Supply Chain e alla Sostenibilità. I framework e i supporti metodologici orientati alla pur necessaria burocratizzazione di questa collaborazione sono noti e vanno adottati in misura dipendente delle dimensioni e del contesto aziendale, ma sopra a tutti questi, trovo che sia il comune buon senso a non dover mancare mai.

Quando poi si passa ai progetti attuativi, le iniziative e i programmi per il Change Management (tra cui comunicazione, coinvolgimento, formazione, allineamento organizzativo) sono fondamentali e non si farà mai abbastanza in quest'area spesso sottovalutata.

La tecnologia da sola non produce cambiamento, anzi, corre il rischio di rigetto.

So che fai parte del Be the Change, il gruppo di CIO che tracciano l'evoluzione dell'associazione. Ci spieghi il perché e lo consiglieresti ad altri CIO?

Il confronto immediato coi colleghi alla velocità di Whatsapp e la fonte informativa che questo canale di fatto costituisce, sono una potente opportunità. **Riscontro un buon clima di collaborazione e di reciproca comprensione per le problematiche che più o meno tutti ci troviamo ad affrontare.** Interessante leggere domande e risposte provenienti da business molto diversi, un po' come quando si fa networking agli eventi, ma in questo caso H24 (o quasi)!

Lo consiglieri a qualsiasi CIO che desideri non solo cercare aiuto o aggiornarsi per esigenze nel breve, ma anche contribuire alla definizione di prassi e politiche che possano orientare il futuro di ciascuno di noi.



DATI E SOSTENIBILITÀ

Le sfide delle aziende nell'era della CSRD

Gianluigi Alberici

-

partner Arsenalia



La sostenibilità è diventata un aspetto imprescindibile per le aziende, che ormai non possono più limitarsi a rendicontare i bilanci finanziari, ma devono mostrare anche il loro impatto su ambiente e società. Lo sappiamo già tutti: l'EU ha accelerato, anzi imposto, questo cambiamento con la **Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)**, la normativa che richiederà a migliaia di aziende di raccogliere e pubblicare dati qualitativi e quantitativi di sostenibilità in modo standardizzato, simile e unito alla rendicontazione finanziaria. Ma chi è coinvolto nel processo e in che modo la trasformazione digitale può facilitarlo?

Chi sarà coinvolto e cosa cambierà?

La CSRD coinvolgerà negli anni un numero sempre crescente di aziende in tutta Europa. Questa normativa genererà milioni di data-point da raccogliere, analizzare e monitorare annualmente. Ad oggi, molte aziende sono già impegnate in pratiche di reporting ESG, ma la maggioranza si trova ancora impreparata alla raccolta e al monitoraggio di questi dati. Le grandi aziende, ma anche le PMI con un impatto significativo*1, saranno tenute a documentare e comunicare i progressi di sostenibilità con lo stesso rigore richiesto per le finanze. Questo rappresenta un salto significativo perché non tutte queste realtà sono pronte a gestire dati di questo livello di complessità e a rispettare i nuovi requisiti entro la scadenza fissata.

La nuova normativa e gli standard ESRS

Al centro della nuova CSRD vi sono i nuovi standard di rendicontazione europea per la sostenibilità, noti come European Sustainability Reporting Standards (ESRS). Questi standard delineano un quadro organizzato e sistematico per rendere le aziende responsabili dei propri impatti ambientali e sociali, facilitando la raccolta di dati su un numero crescente di metriche. Organizzati secondo il principio della "double materiality" gli ESRS fanno sì che le aziende valutino gli impatti, i rischi e le opportunità (Impacts, Risks and Opportunities) derivanti dalle loro interazioni con l'ambiente e la società, su tutta la loro catena di valore. La doppia materialità ha due dimensioni: la materialità d'impatto, intesa come materialità degli impatti dell'impresa sulle questioni di sostenibilità e la materialità finanziaria, intesa come l'impatto delle questioni di sostenibilità sull'impresa. Un tema ESG è considerato rilevante se soddisfa i criteri di una o entrambe le dimensioni. Questo approccio olistico dà priorità a temi realmente significativi, differenziando i requisiti di rendicontazione in base alle dimensioni e all'impatto delle aziende.

Un'ondata di dati

La CSRD implica per tutte le aziende coinvolte la gestione di un'immensa quantità di dati ESG, sia qualitativi che quantitativi. Come gestire dunque questa massa



di informazioni? Solitamente, molte aziende si affidano ad Excel, strumento che, per quanto versatile, non è pensato per offrire una visione integrata e dinamica dei dati aziendali. Con l'introduzione dei nuovi standard, questi dati devono essere non solo raccolti, ma anche standardizzati e trasmessi in formato XBRL (eXtensible Business Reporting Language). Tutto questo contribuirà alla creazione di un bilancio annuale integrato, che unisce informazioni sia economiche che di sostenibilità.

Sostenibilità: costo o investimento?

Nonostante il crescente interesse e necessità, la sostenibilità è ancora considerata da molti un costo invece che un investimento. Tuttavia, la sostenibilità aziendale non si deve limitare alla conformità normativa, perché rappresenta un fattore competitivo di lungo termine. Le aziende che integrano la sostenibilità nelle loro strategie vedono spesso migliorare la reputation, l'engagement dei dipendenti e la fidelizzazione dei clienti. Per molte imprese, però, il processo di rendicontazione e monitoraggio degli obiettivi di sostenibilità rappresenta un onere, soprattutto nel gestire un'enorme mole di dati senza gli strumenti adeguati. La chiave, quindi, è trovare il modo di monitorare e gestire questi dati senza che il carico diventi di per sé insostenibile. Ed è qui che entra in gioco il digitale.

Come la tecnologia facilita la sostenibilità

Il concetto di Twin transition, ossia la transizione digitale e sostenibile, è diventato un'opzione quasi obbligatoria. Integrando nuove tecnologie e sostenibilità aziendale, è possibile muoversi oltre il macchinoso utilizzo di fogli Excel, che non si dimostrano sufficientemente centralizzati o efficienti per stime accurate e analisi di impatto significative.

Le grandi aziende di software, quali ad esempio Adobe, Microsoft, SAP e Salesforce, vedendo l'enorme opportunità futura si sono già mosse per creare e rilasciare in tempi brevi diverse piattaforme. Attraverso queste piattaforme digitali avanzate, le aziende possono monitorare e rendicontare in modo trasparente i propri impatti, portando ad un aumento della trasparenza e ad una riduzione degli errori nel reporting.

L'AI diventa poi un key player: può automatizzare la raccolta dei dati, ridurre il rischio di errore e identificare tendenze emergenti. Ad esempio, è già possibile analizzare migliaia di data-point per anticipare i rischi legati ai cambiamenti climatici, ottimizzare le risorse e migliorare la pianificazione strategica. Usata in tandem con piattaforme digitali avanzate permette di visualizzare con chiarezza e trasparenza i KPI di sostenibilità raccolti, rendendo immediatamente disponibili informazioni critiche a dirigenti, dipendenti e key stakeholders.

Conclusioni

Il matrimonio tra tecnologia e sostenibilità, uniti dalla Twin transition, è l'unica strada per evitare di trovarsi sommersi da miliardi di dati non gestiti. Abbracciare questa visione significa rendere l'azienda non solo conforme alle normative, ma anche più resiliente e pronta per le sfide future.

DAI DATI AL SUCCESSO

L'AI Come Motore del Business del Futuro

Paolina Guri

Client manager Avvale



L'Intelligenza Artificiale non rappresenta più un'opzione, bensì una leva strategica imprescindibile: un motore, questo, che trasforma i dati da semplici archivi statici ad asset strategici, capaci di guidare il successo aziendale. L'economia digitale, di cui i dati sono il nuovo "petrolio", richiede strumenti innovativi che consentano di valorizzare a pieno questo patrimonio. È in tale scenario che l'AI diventa un alleato naturale dell'IT, per affrontare le sfide del futuro, trasformando ogni informazione in un'opportunità.

AI AL SERVIZIO DELLE AZIENDE

I progetti basati sull'Intelligenza Artificiale segnano una svolta fondamentale nel panorama IT, offrendo un approccio rivoluzionario capace di rispondere direttamente alle esigenze operative del business.

Diversamente dalle iniziative tecnologiche tradizionali, l'AI non si limita a supportare i processi esistenti, ma li ridefinisce, generando risultati concreti e misurabili già nel breve periodo: ottimizzazione dell'efficienza operativa, riduzione degli errori umani e, ancora, miglioramento della qualità dei processi, questi solo alcuni dei vantaggi che non soltanto colmano il divario tra tecnologia e strategia aziendale, bensì creano le basi per una gestione più innovativa e competitiva, in grado di affrontare le sfide del mercato con maggiore agilità. Tutto questo non sarebbe possibile, però, senza mantenere la centralità dell'esperienza umana. L'automazione dei processi ripetitivi attraverso queste tecnologie ha infatti lo scopo di

liberare le risorse umane affinché possano concentrarsi su attività strategiche e a più elevato valore aggiunto. Questo porta da un lato ad una conseguente riduzione dei tempi operativi e dall'altro ad un'ottimizzazione delle competenze di ogni singola risorsa, con un relativo aumento della produttività aziendale, che potrebbe crescere addirittura fino al 20-30%.

L'impegno verso una maggiore accuratezza si estende anche alla qualità dell'output prodotto: grazie all'AI, processi avanzati di gestione multimodale dei dati, integrazione e arricchimento garantiscono informazioni precise, consistenti e immediatamente fruibili, ponendo solide fondamenta per decisioni strategiche data-driven.

AD OGNI VANTAGGIO, UNA SFIDA DA GOVERNARE

L'Intelligenza Artificiale promette di rivoluzionare il modo in cui le aziende operano, ma il percorso verso la sua adozione non è sicuramente privo di sfide: privacy, etica e gestione della qualità dei dati tra le più significative, oltre che una necessaria gestione del cambiamento che guidi le persone verso questo nuovo ruolo.

La privacy, pilastro fondamentale, richiede trasparenza e conformità alle norme legali e ai principi etici. Il mercato e gli utenti chiedono tecnologie non solo potenti, ma anche giuste, ed è qui che si concretizza il vero rischio: possibili bias negli algoritmi, decisioni opache e pregiudizi non intenzionali sono



solo alcuni degli aspetti a cui porre attenzione.

E se il dato rappresenta senza alcun dubbio il motore dell'AI, così come il vantaggio di avere dati più "puliti" ne è diretta conseguenza, il rischio collaterale di non essere in grado di garantire tutto ciò rimane sempre in agguato. In ultimo, non meno importante, l'obiettivo che ci si pone nell'utilizzo dell'Intelligenza Artificiale: non sostituire l'uomo, bensì potenziarlo, questo il cuore dell'intelligenza aumentata. All'interno di questo processo virtuoso, l'utente non deve subire la tecnologia ma apprendere le logiche intrinseche al fine di utilizzarla a proprio beneficio.

In definitiva, mantenere un focus chiaro sugli obiettivi da raggiungere è cruciale per garantire il successo di questi progetti e per generare nuove opportunità strategiche.

DALLE PAROLE AI FATTI: COME AVVALE ACCOMPAGNA I PROPRI CLIENTI NELL'ADOZIONE DELL'AI

Abbiamo visto tanti vantaggi e altrettante sfide nell'adozione di tecnologie come l'Intelligenza Artificiale; è proprio in questo scenario che Avvale (Socio Sostenitore AUSED) si afferma come un partner strategico nella realizzazione di use case in ambito AI, supportando le aziende nel percorso di adozione per massimizzarne il potenziale. Che si tratti di riconoscimento automatico di difetti durante il controllo qualità, di previsione di guasti negli impianti produttivi o di elaborazione e generazione di

contenuti in linguaggio naturale, Avvale accompagna i clienti in ogni fase del processo: dalla raccolta e gestione dei dati, alla modellazione, fino alla realizzazione del sistema completo, garantendo l'integrazione di infrastrutture complesse e la connessione di piattaforme eterogenee.

Grazie alla consolidata esperienza, Avvale si distingue per un approccio analitico e iterativo, capace di adattarsi alle esigenze specifiche di ogni cliente. Ogni progetto inizia con una comprensione approfondita del business e dei principali bisogni, seguita dall'analisi e preparazione dei dati disponibili. Questi vengono poi arricchiti per abilitare la modellazione, con l'obiettivo di generare insight utili a migliorare i processi aziendali.

La capacità di trasformare la tecnologia in valore concreto è alla base dei successi raggiunti in molteplici realtà del panorama economico italiano. Tra i progetti più significativi spiccano algoritmi progettati per automatizzare le verifiche amministrative durante l'assegnazione di gare, strumenti avanzati di Defect Recognition per l'analisi di chilometriche pezze di tessuto e sistemi di Predictive Maintenance in grado di prevedere guasti negli alimentatori di impianti con un anticipo di almeno quattro ore. Questi esempi rappresentano solo una parte dei risultati innovativi e tangibili ottenuti da Avvale.

WHAT'S NEXT?

L'evoluzione dell'Intelligenza

Artificiale procede a ritmo inarrestabile, trainata da trend come l'approccio multi-agent, l'analisi predittiva e l'analisi cognitiva multimodale.

L'approccio multi-agent, in particolare, introduce sistemi scalabili e flessibili che collaborano per elaborare grandi volumi di dati, migliorando resilienza ed efficienza operativa. Quando integrati con i big data, questi modelli offrono previsioni più accurate, con incrementi di precisione che possono raggiungere il 60%. Oltre ai dati, tecnologie come l'elaborazione di immagini e il Natural Language Processing rappresentano pilastri fondamentali per l'automazione di processi complessi, arricchendo ulteriormente la roadmap tecnologica dell'AI. Non solo tecnologia, ma anche strategia, la combinazione perfetta per rendere l'AI una forza trasformativa che ridefinisce processi, ottimizza l'efficienza e riduce i rischi, aprendo nuove prospettive strategiche.

Tuttavia, per tradurre il suo potenziale in risultati concreti, è fondamentale un approccio che coniughi innovazione tecnologica con una governance solida, un'attenzione costante a etica e privacy e una gestione intelligente dei dati.

Solo attraverso una strategia mirata e consapevole, l'AI può diventare il motore di una crescita sostenibile, capace di integrare tecnologia e persone per affrontare le sfide del presente e plasmare il successo del futuro.

IL PARADIGMA SI RIBALTA:

Con l'AI sono i bisogni a plasmare la tecnologia

Fabio Betti

-

AI Strategist di Cegeka Italia



L'intelligenza artificiale (AI) sta rapidamente trasformando il panorama aziendale italiano, offrendo opportunità senza precedenti per innovare e ottimizzare i processi industriali. Fino ad oggi, le imprese hanno spesso adattato i propri processi alle tecnologie disponibili, piegandosi alle limitazioni degli strumenti esistenti. Oggi, grazie all'AI, si apre un nuovo paradigma: è la tecnologia che si adatta ai bisogni specifici delle aziende, non il contrario. Tradizionalmente, l'adozione di nuove tecnologie implicava un certo grado di compromesso. Le aziende dovevano spesso modificare i propri processi operativi per conformarsi alle funzionalità offerte dai sistemi disponibili sul mercato. Questo approccio, seppur efficace in passato, limitava la capacità delle imprese di rispondere in modo agile e personalizzato alle sfide del mercato in rapida evoluzione. Questo modello ha portato a soluzioni standardizzate che non sempre rispondevano in modo ottimale alle esigenze specifiche di ogni realtà aziendale. Inoltre, l'implementazione di tecnologie rigide poteva comportare costi elevati e tempi prolungati di adattamento, rallentando l'innovazione e la competitività.

Con l'avvento dell'intelligenza artificiale, questa dinamica sta cambiando radicalmente. **L'AI, per sua natura, è una tecnologia "liquida", flessibile e adattabile a una moltitudine di contesti e applicazioni.** Ciò

significa che le soluzioni possono essere progettate partendo dai bisogni specifici delle aziende, modellando l'AI per rispondere a esigenze precise, anziché adattare i processi a strumenti predefiniti. Questo nuovo paradigma consente alle imprese di sviluppare applicazioni su misura, capaci di integrarsi perfettamente con i processi esistenti e di evolvere insieme alle necessità aziendali. L'AI può essere utilizzata per analizzare grandi quantità di dati, prevedere trend di mercato, ottimizzare le operazioni logistiche, migliorare l'esperienza del cliente e molto altro.

La vera innovazione risiede nell'analisi approfondita dei bisogni e degli obiettivi aziendali prima di implementare soluzioni basate sull'AI. Questo implica un cambiamento di mentalità: non si tratta più di chiedersi come adattare i processi esistenti alla nuova tecnologia, ma di identificare le aree in cui l'AI può generare il massimo impatto. Un approccio graduale, attraverso progetti pilota ben definiti, consente di testare le potenzialità dell'AI in specifici ambiti operativi. Questo metodo permette alle aziende di valutare concretamente i benefici, riducendo al contempo i rischi associati all'adozione di nuove tecnologie. Inoltre, facilita l'acquisizione di competenze interne e la creazione di una cultura aziendale orientata all'innovazione.





La flessibilità dell'intelligenza artificiale offre alle aziende la possibilità di creare soluzioni altamente personalizzate. Che si tratti di ottimizzare la catena di approvvigionamento, migliorare il servizio clienti, potenziare le strategie di marketing o sviluppare nuovi prodotti e servizi, l'AI può essere modellata per rispondere a esigenze specifiche, generando valore concreto e sostenibile. Ad esempio, nell'ambito delle vendite, l'utilizzo di agenti virtuali basati sull'AI può automatizzare processi ripetitivi, liberando risorse umane per attività a maggior valore aggiunto. Grace, il primo agente di vendita generativo AI sviluppato da Cegeka, rappresenta un esempio di come l'AI possa essere applicata per risolvere problemi specifici e ottimizzare le operazioni aziendali. Grace è in grado di interagire con i clienti in modo naturale, offrendo supporto e informazioni personalizzate, migliorando l'efficienza e l'esperienza complessiva.

Nonostante le enormi potenzialità, l'adozione dell'intelligenza artificiale non è priva di sfide. Tra le principali difficoltà vi è la necessità di gestire grandi quantità di dati, garantendo al contempo la sicurezza e la privacy. Inoltre, la mancanza di competenze interne può rappresentare un ostacolo significativo. Per superare queste sfide, le aziende devono investire nella formazione del personale, sviluppando competenze in

ambito AI e data science. È inoltre fondamentale adottare pratiche di governance dei dati solide, assicurando che l'utilizzo dell'AI sia etico e conforme alle normative vigenti.

L'intelligenza artificiale rappresenta una leva fondamentale per la crescita e l'innovazione delle imprese italiane. Adottando un approccio centrato sui bisogni, le aziende possono sfruttare l'AI per creare soluzioni personalizzate, migliorare l'efficienza operativa e offrire una user experience di nuova generazione. Inoltre, l'AI può contribuire a colmare il digital divide, rendendo accessibili tecnologie avanzate anche alle piccole e medie imprese. Ciò favorisce uno sviluppo economico più equo e sostenibile, stimolando la competitività a livello nazionale e internazionale. Il nuovo paradigma offerto dall'intelligenza artificiale richiede alle imprese italiane di ripensare il proprio approccio alla tecnologia. Non si tratta più di adattare i processi alle limitazioni tecniche, ma di utilizzare l'AI come strumento flessibile per soddisfare esigenze specifiche. Questo cambiamento di prospettiva può rappresentare una sfida, ma anche un'enorme opportunità. Le aziende che sapranno cogliere questo momento, investendo nell'AI e mettendo al centro i propri bisogni, saranno in grado di creare valore duraturo e mantenere un vantaggio competitivo nel lungo termine. È il momento di agire, di esplorare le

potenzialità dell'intelligenza artificiale e di costruire soluzioni su misura per affrontare le sfide di oggi e di domani. Solo così l'AI potrà diventare un vero motore di innovazione e crescita per l'economia italiana.



GESTIONE DATI

L'Importanza di portare l'Intelligenza Artificiale dove i dati vengono creati

Roberto Morandi

-

Southern Europe AI Business Development Executive, Dell Technologies

DELLTechnologies



Nel contesto tecnologico e di business attuale, caratterizzato da una crescente digitalizzazione e dall'esplosione dei dati, l'intelligenza artificiale (IA) si sta affermando come un elemento cruciale per le aziende che desiderano rimanere competitive. Tuttavia, un aspetto fondamentale spesso trascurato è uno studio approfondito in merito al corretto collocamento di questi carichi di lavoro.

Negli ultimi anni molte aziende hanno spostato i loro dati in ambienti di Cloud pubblico. Questo modello, sebbene pratico, presenta limitazioni significative. Quando i dati vengono trasferiti, si rischia di perdere informazioni contestuali che rimangono vincolate all'interno delle infrastrutture e dei processi delle aziende e di incorrere in ritardi nell'elaborazione. **Portare l'IA dove i dati vengono generati consente di analizzare le informazioni in tempo reale, migliorando la reattività e l'accuratezza delle decisioni.** Ad esempio, nel settore manifatturiero, l'analisi dei dati direttamente sui macchinari consente di prevedere guasti e ottimizzare la manutenzione, riducendo i costi operativi e aumentando l'efficienza.

Esistono numerosi vantaggi dell'approccio On-Premise.

Innanzitutto **in merito al Controllo e Sicurezza dei Dati**. Le aziende possono implementare politiche di sicurezza rigorose e garantire la compliance con normative come, per esempio, il GDPR. Questo è particolarmente importante per settori altamente regolamentati, come quello finanziario e sanitario.

In termini di Prestazioni l'elaborazione dei dati in loco riduce la latenza, migliorando le prestazioni delle applicazioni di IA. In un ambiente on-premise, i dati possono essere elaborati immediatamente, senza il ritardo associato al trasferimento verso il cloud. Questo è cruciale in applicazioni che richiedono decisioni rapide, come il trading finanziario o il monitoraggio della salute.

Un altro aspetto particolarmente importante riguarda i **Costi a Lungo Termine**. Sebbene l'implementazione di un'infrastruttura on-premise possa talvolta comportare costi iniziali elevati, anche se oggi esistono soluzioni finanziarie che permettono di spalmare l'investimento o addirittura prendere a servizio tale infrastruttura eliminando questo scoglio finanziario

iniziale, nel lungo termine può risultare più economica. Le aziende evitano le spese ricorrenti associate ai servizi cloud e possono pianificare gli investimenti in base alle proprie esigenze specifiche.

Spesso i costi del Cloud pubblico sono altamente imprevedibili nel contesto dell' Artificial Intelligence. Ci sono infatti dei fattori che tendono a rendere incontrollabili i costi associati alla necessità di potenza computazionale, alla durata di utilizzo di tali risorse, alla necessità di scalare nel tempo al numero di servizi e feature necessarie che comportano costi aggiuntivi associati ad ognuno di essi.

Un ulteriore punto di attenzione è dato dalla **una maggiore flessibilità nella personalizzazione delle applicazioni che una soluzione on-premises mette a disposizione**. Le aziende possono adattare i loro sistemi alle esigenze specifiche del business, senza le limitazioni imposte dai fornitori di servizi cloud.

Portare l'IA dove vengono creati i dati non è solo una questione di efficienza operativa; è anche un'opportunità per innovare. Le aziende che adottano un approccio

on-premise possono sfruttare questa opportunità per sviluppare soluzioni innovative che rispondano meglio alle esigenze dei clienti.

Per i leader aziendali ed i decision-maker, è fondamentale considerare come l'adozione dell'IA possa influenzare non solo le operazioni quotidiane, ma anche la strategia a lungo termine dell'azienda. L'integrazione dell'IA in loco può rappresentare un vantaggio competitivo significativo, consentendo alle aziende di rispondere rapidamente alle esigenze del mercato e di ottimizzare i processi interni.

Inoltre, la crescente attenzione verso la sostenibilità e la responsabilità sociale impone alle aziende di gestire i dati in modo etico e sicuro. **L'approccio on-premise consente una maggiore trasparenza e controllo sui dati sensibili**, contribuendo a costruire fiducia con i clienti e a garantire la compliance con le normative vigenti.

In conclusione, in un mondo sempre più guidato dai dati, portare l'intelligenza artificiale dove vengono creati i dati rappresenta un cambiamento fondamentale nella strategia aziendale. L'approccio on-premise offre vantaggi significativi in termini

di controllo, prestazioni, costi e personalizzazione. Mentre il cloud pubblico continua a essere una soluzione valida per molte aziende in una fase iniziale di scouting e testing, l'integrazione dell'IA in loco può fornire un vantaggio competitivo cruciale in un mercato in rapida evoluzione.

Investire in infrastrutture on-premise non è solo una questione di tecnologia, ma una strategia per garantire che le aziende possano sfruttare appieno il potenziale dei loro dati, migliorando l'efficacia delle loro operazioni e garantendo la sicurezza delle informazioni. Con l'IA che continua a evolversi, le aziende devono considerare attentamente dove e come implementare queste tecnologie per massimizzare i benefici.

L'importanza della governance dei dati aziendali nell'implementazione di strumenti di AI

Davide Rovesti

-

Chief Operating Officer Business Solutions
Division - Errevi System



Dalla centralizzazione dei dati alla qualità delle analisi: perché una strategia di data governance può rappresentare la chiave per sfruttare al massimo il potenziale dell'intelligenza artificiale.

L'intelligenza artificiale è oggi uno degli strumenti più potenti per la trasformazione digitale nelle aziende. Tuttavia, per sfruttarne appieno il potenziale, è essenziale costruire una solida strategia di Data Governance. La gestione efficace dei dati rappresenta la base su cui sviluppare capacità di analisi e previsione. Una governance dei dati ben strutturata garantisce che i dati siano trattati in modo sicuro, siano conformi alle normative e utili per progetti di AI.

Uno dei problemi più comuni nelle aziende è la frammentazione dei dati. Con l'uso di molteplici applicazioni, le informazioni risiedono spesso in "silos" separati, difficili da integrare. Per centralizzare i dati e raccogliere le informazioni in un unico ambiente, oggi vengono sempre più utilizzati strumenti di data integration che sfruttano la metodologia ELT (Extract, Load and Transform), dei veri e propri

acceleratori nei progetti di data governance in grado di estrarre e copiare dati da sistemi eterogenei in modo agevole, rapido e no-code, semplificando il processo ed evitando la scrittura e manutenzione di codice custom di "trasporto".

Un'architettura applicativa si fonda proprio su questo concetto di centralizzazione, con al centro un repository, capace di raccogliere dati da svariate fonti, inclusi quelli generati da sistemi IoT. Molte aziende scelgono il Data Lakehouse, database che combina la gestione ordinata dei data warehouse con la flessibilità dei data lake.

Ad esempio, una nota azienda statunitense di servizio di trasporto automobilistico privato ha implementato un'architettura di tipo Data Lakehouse per gestire i suoi vasti volumi di dati generati dalle operazioni globali. Per realizzare questa infrastruttura, l'azienda ha utilizzato specifiche tecnologie per l'archiviazione distribuita dei dati, l'elaborazione rapida e scalabile, la gestione del data warehousing, lo streaming dei dati in tempo reale, riuscendo ad esempio ad ottimizzare le rotte dei conducenti, ridurre i



tempi di attesa e migliorare l'esperienza complessiva degli utenti.

Questi dati possono quindi includere informazioni raccolte con frequenze elevate, persino a livello di secondo, e vengono convertiti in un formato standardizzato che ne facilita l'analisi. Per modellare efficacemente questi dati, il Metodo Kimball offre linee guida per progettare data warehouse orientati alle dimensioni, facilitando le query analitiche e migliorando le prestazioni. Questa architettura permette poi di aggiungere strumenti di business intelligence o, meglio, di intelligenza artificiale per eseguire analisi approfondite e generare insight operativi. Assicurando che i dati parlino una "lingua comune" per un'efficace gestione e governance, si possono implementare tecniche come il Retrieval Augmented Generation (RAG). Questo approccio combina modelli di linguaggio avanzati (LLM) con database vettoriali per migliorare la qualità delle risposte e delle previsioni generate dall'AI.

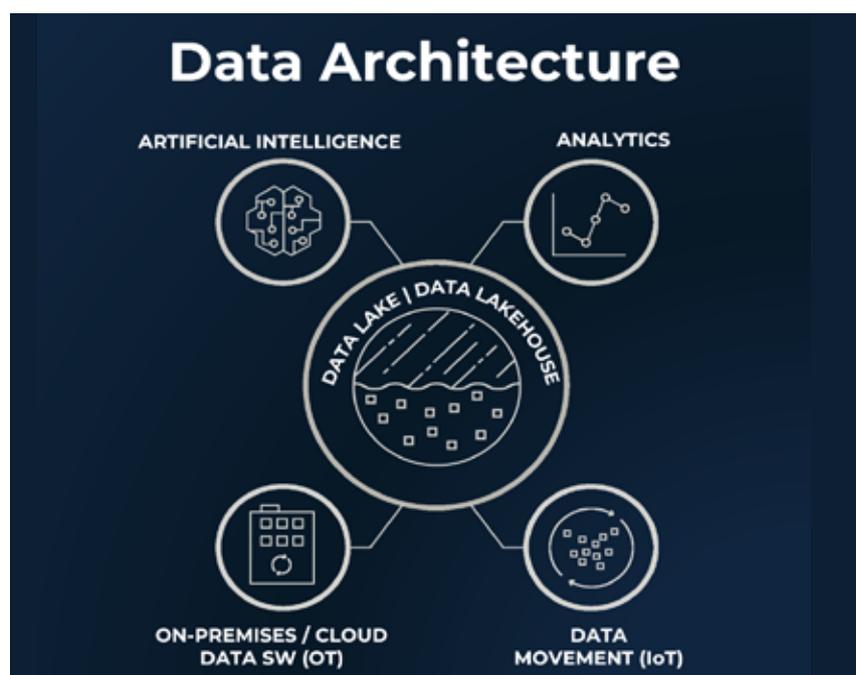
Per garantire l'affidabilità delle analisi, è quindi indispensabile mantenere un'elevata qualità dei dati. Tenendo conto del noto principio GIGO (Garbage In, Garbage Out), se i dati in ingresso sono non validi o inaffidabili, i risultati generati non potranno essere attendibili. Gli strumenti di data quality sono essenziali per l'accuratezza e la completezza delle informazioni, contribuendo a costruire modelli di AI più solidi e precisi. Il Data Lakehouse è particolarmente utile per aziende che operano in ambienti ad alta variabilità, dove i dati provengono da fonti diverse con frequenze elevate. Un esempio è rappresentato dai sensori IoT in ambito industriale, che registrano dati sull'efficienza delle macchine ogni secondo. In questo contesto, è strategico consolidare i dati in un'unica struttura, facilitando l'analisi e la creazione di modelli predittivi che ottimizzano la manutenzione e riducono i tempi di inattività. La

possibilità di raccogliere ed elaborare dati in tempo reale rappresenta un vantaggio competitivo, poiché consente di reagire ai cambiamenti operativi e di prendere decisioni informate.

PER GARANTIRE IL SUCCESSO DI OGNI PROGETTO DI AI È INOLTRE FONDAMENTALE SIN DALLE FASI INIZIALI DEL PROGETTO:

- 1. **Definire le metriche per misurarne i risultati.** Le metriche possono variare in base agli obiettivi aziendali, ed è il management aziendale il responsabile della loro definizione e del loro allineamento con le strategie globali. Le aziende adottano cicli di sviluppo iterativi, con fasi di test e perfezionamento, che permettono di monitorare le performance dei modelli e di effettuare aggiustamenti rapidi per migliorare i risultati.
- 2. **Introdurre competenze innovative in azienda.** Per riuscire a misurare i risultati dei progetti, le aziende necessitano di competenze professionali nuove e figure specializzate come il Data Scientist e il Data Engineer, responsabili rispettivamente dell'analisi e della preparazione dei dati. L'evoluzione del settore ha portato alla nascita di figure specifiche come il Machine Learning Engineer, che si occupa della messa in produzione e dell'automazione dei modelli AI. In parallelo, figure professionali già presenti, come gli sviluppatori e i responsabili delle applicazioni, stanno acquisendo nuove competenze per lavorare efficacemente con le tecnologie AI e adattare le infrastrutture esistenti.

In sintesi, la combinazione di intelligenza artificiale e data governance rappresenta un pilastro portante della trasformazione digitale, offrendo alle aziende nuove opportunità per valorizzare i dati e ottimizzare i processi. Grazie a una solida strategia di data governance e a un approccio proattivo all'AI, le imprese possono affrontare le sfide della trasformazione digitale in modo sicuro e competitivo, garantendo non solo innovazione, ma anche conformità normativa e gestione responsabile dei dati.



INTELLIGENT WORKPLACE

Come abilitare una gestione più efficiente del tempo e delle risorse

Elena Lorusso

-

Content Manager NPO Sistemi



LO SCENARIO: IL PERCORSO VERSO L'INTELLIGENT WORKPLACE

Il modo di lavorare è cambiato: nonostante si leggano molte notizie di aziende che tornano in ufficio, il lavoro ibrido fa ormai parte della quotidianità. A cambiare sono stati gli spazi di lavoro così come la gestione della sicurezza. Tra le necessità delle aziende, diventano prioritarie, e quindi imprescindibili, l'efficienza operativa e una conseguente riduzione dei costi. Secondo i dati diffusi dall'Osservatorio di Artificial Intelligence del Politecnico di Milano, queste sono tra i primi benefici dell'introduzione dell'Intelligenza Artificiale in azienda (il primo vantaggio è infatti l'automazione delle attività ripetitive, che consente di ridurre i costi operativi e di aumentare l'efficienza). Ma non solo, o meglio, non da sola. Per abilitare, infatti, l'Intelligenza Artificiale e avviare un circolo virtuoso che porti all'ottenimento di questi benefici, è necessario promuovere e tradurre l'ambiente di lavoro in un ambiente di lavoro intelligente. L'Intelligente Workplace appunto. L'Intelligent Workplace rappresenta la risposta a questi obiettivi per promuovere un ambiente di lavoro più efficiente, connesso e proattivo, che abiliti a sua volta l'introduzione dell'AI. In questo contesto sempre più composito, abilitare l'Intelligent Workplace significa applicare davvero un approccio integrato attraverso servizi, tecnologie e processi

intelligenti. Nel corso di questo ebook esploreremo come le aziende possono evolvere verso un modello di workplace intelligente, utilizzando soluzioni innovative come l'utilizzo pratico dell'Intelligenza Artificiale, la gestione moderna dei dispositivi, l'automazione dei processi e il monitoraggio in tempo reale della Digital Employee Experience.

L'INTELLIGENT SERVICE DESK: LA COMBINAZIONE DI TECNOLOGIE E COMPETENZE

Il lavoro ibrido genera impatti di diversa natura, organizzativa in primis, e porta a un'evoluzione in differenti ambiti, compreso quello legato alla gestione del supporto tecnico per gli utenti. In questo contesto, la combinazione tra competenze e tecnologie può essere un vero abilitatore dell'Intelligent Workplace. Un esempio di questa evoluzione è rappresentato dall'Intelligent Service Desk, che permette di raggiungere gli utenti in qualsiasi momento e ovunque si trovino. La chiave del suo successo è l'integrazione di tecnologie avanzate, competenze specializzate e processi ottimizzati, che insieme migliorano l'efficienza operativa. L'adozione delle best practice ITIL® è un altro aspetto cruciale: grazie a queste pratiche, il Service Desk garantisce un servizio conforme agli standard più elevati, assicurando qualità e continuità nelle operazioni aziendali. La combinazione di automazione e intelligenza artificiale permette



poi di ridurre i tempi di risposta e migliorare l'efficienza operativa, liberando i dipendenti da compiti ripetitivi e a basso valore aggiunto, per concentrarsi su attività più strategiche.

LA DIGITAL EMPLOYEE EXPERIENCE (DEX): IL MONITORAGGIO ATTENTO DELLA USER EXPERIENCE

Il concetto di "Experience Level Agreement" (XLA) integra la soddisfazione degli utenti come parametro di valutazione. Tale approccio rappresenta un significativo passo avanti nella misurazione e nel miglioramento della qualità dell'ambiente di lavoro digitale, ponendo al centro l'esperienza delle persone. **Con l'acronimo DEX (Digital Employee Experience), in particolare, si intende la qualità delle interazioni dei dipendenti con il loro workplace digitale.** È il modo in cui i dipendenti interagiscono con gli strumenti, i servizi, le applicazioni e i software online.

Ma quali sono i parametri per misurare la DEX? Se una parte di questi si riferisce ai feedback espliciti delle persone (espresi, per esempio, attraverso l'apertura di ticket di cui parlavano sopra), ce ne sono altri, più latenti, che vengono raccolti dai dispositivi stessi e che hanno il nome di hard data e valutano per esempio la connessione, il wi-fi utilizzato. Elementi, insomma, per dar voce ai dispositivi stessi, facendo emergere anche le criticità non manifestate dagli utenti attraverso l'apertura di un ticket. Oggi, infatti, sono numerose le applicazioni e i programmi con cui un dipendente deve interagire quotidianamente, semplificarne i processi quindi risulta fondamentale per migliorare il benessere della persona.

UNIFIED ENDPOINT MANAGEMENT: LA GESTIONE AUTOMATICA E CENTRALIZZATA DEI DEVICE AZIENDALI

La gestione dei device aziendali è un altro fattore fondamentale dell'Intelligent Workplace. Con un

parco dispositivi sempre più eterogeneo, le aziende devono assicurarsi che tutti gli strumenti siano conformi agli aggiornamenti di sicurezza e operino in modo efficiente, senza causare interruzioni al lavoro.

Lo Unified Endpoint Management (UEM) rappresenta la soluzione ideale a queste necessità, poiché permette di gestire centralmente tutti i dispositivi aziendali attraverso una singola console. Questo approccio non solo semplifica il Dipartimento IT, ma garantisce anche una maggiore sicurezza e conformità dei dispositivi, riducendo il rischio di problematiche operative. Il sistema UEM, infatti, automatizza operazioni come la gestione degli aggiornamenti, la configurazione dei dispositivi e il monitoraggio delle performance, migliorando l'efficienza complessiva e garantendo una user experience ottimale.

OTTIMIZZARE L'ONBOARDING E LA VITA DELLE PERSONE IN AZIENDA: L'AUTOMATIZZAZIONE DEI PROCESSI

L'efficienza dei processi HR è un altro aspetto cruciale per l'evoluzione verso un Intelligent Workplace. Molte organizzazioni risentono di processi HR manuali e poco performanti, con impatti negativi sulla produttività e sull'esperienza dei dipendenti. In questo contesto, l'automazione dei processi, in particolare quelli legati al ciclo di vita del dipendente, come l'onboarding e le dimissioni, rappresenta una leva fondamentale.

Il processo JML (Joiner, Mover, Leaver) è uno degli ambiti principali in cui l'automazione può fare la differenza: automatizzare la gestione dei dipendenti durante il loro percorso in azienda consente di ridurre errori, aumentare la velocità e migliorare la compliance, ottimizzando al contempo i costi. L'automazione dei processi permette, inoltre, anche di garantire la sicurezza e l'accesso ai sistemi aziendali in modo coerente, riducendo il rischio

di vulnerabilità e migliorando la governance complessiva.

CONCLUSIONI

Investire in soluzioni innovative come l'intelligenza artificiale, la gestione automatica dei dispositivi e l'automazione dei processi HR permette alle aziende di raggiungere obiettivi come la gestione del lavoro ibrido, l'ottimizzazione delle risorse e la creazione di esperienze lavorative positive, abilitando così un ambiente di lavoro più connesso, sicuro e produttivo.

Nel corso di questo ebook abbiamo quindi tracciato il percorso per promuovere l'Intelligent Workplace così da raggiungere l'efficienza operativa e la riduzione dei costi, raccontando un metodo dedicato all'evoluzione attraverso competenze, tecnologie e processi intelligenti.



MID MARKET AND BUSINESS PRIORITIES

Forte propensione a investire nell'AI generativa tra le aziende del mid market italiane

Carla Masperi

-

Amministratore Delegato Sap Italia



Secondo una ricerca svolta da SAP, quasi il 60% delle aziende midmarket italiane dichiara che l'adozione dell'intelligenza artificiale generativa è una priorità aziendale assoluta

La ricerca di SAP "Mid Market and business priorities", che ha coinvolto 12.003 aziende in tutto il mondo e oltre 330 in Italia, ha rilevato che il 58% delle medie imprese in Italia, con un numero di dipendenti compreso tra 250 e 1.500, attribuisce una priorità alta all'adozione della Gen AI (58%), percentuale che sale al 91% se si includono le imprese che vi assegnano una priorità moderata.

Secondo lo studio, in generale, gli investimenti in tecnologia e strumenti innovativi vengono percepiti dalle aziende italiane di medie dimensioni come la strategia corretta per diventare organizzazioni resilienti, specialmente in momenti di incertezza economica come quelli attuali (36% del campione), seguita dall'innovazione del business (34%).

"Avere la giusta piattaforma tecnologica è un elemento fondante di tutte le altre strategie per affrontare l'incertezza e costruire il successo dell'azienda. La Business AI è la più grande opportunità tecnologica del 21° secolo per le aziende italiane", ha dichiarato **Carla Masperi**, Amministratore Delegato di SAP

Italia. "E i vantaggi della SAP Business AI, cioè di un'AI rilevante, affidabile e responsabile, sono facilmente accessibili alle organizzazioni di ogni dimensione. Non si tratta solo di generare immagini o realizzare video, si tratta di automatizzare processi e aumentare la produttività, di fornire rapidamente grandi intuizioni e previsioni, e di risolvere velocemente e in modo sicuro compiti complessi".

Oltre la metà delle organizzazioni midmarket italiane intervistate attribuisce una priorità elevata all'AI per creare innovativi modelli di business e nuove fonti di entrate (51%). Secondo il campione, l'AI avrà un impatto elevato sui processi di supply chain e logistica (50%), sulla sicurezza dei dati e della privacy (50%), sui percorsi di formazione e lo sviluppo delle competenze dei dipendenti (47%), sul processo decisionale e sui processi aziendali, rendendoli più agili e adattivi (46%). Emerge quindi una visione generale che l'AI sarà in grado di sbloccare una quantità significativa di potenziale in molte aree dell'organizzazione.





L'AI CREA VALORE PER LE AZIENDE ITALIANE OGGI

Ma l'AI non viene pianificata solo per ottenere vantaggi futuri. Viene già implementata oggi.

L'AI è già utilizzata in misura elevata nelle aziende italiane di fascia media per creare contenuti di marketing e di vendita (43%), per rilevare frodi (43%) a riprova dell'importanza che le imprese italiane pongono sulla sicurezza, per interagire con i clienti o i fornitori e sviluppare previsioni, bilanci e pianificazione degli investimenti (42%), per l'automatizzare i processi di assunzione, ad esempio per la scrittura delle descrizioni dei ruoli, l'analisi dei curricula, le comunicazioni con i candidati (42%), e per il monitoraggio della conformità normativa (41%)

“L'intelligenza artificiale non è una novità, nel mondo delle aziende è entrata molti anni fa. E' l'AI generativa che sta aprendo nuove strade all'innovazione e alla crescita per le imprese”, ha continuato Carla Masperi.

I DATI SONO IL RISCHIO PRINCIPALE PER LA CRESCITA E L'ADOZIONE DELL'AI IN ITALIA

Tuttavia, le aziende midmarket italiane devono ancora affrontare delle sfide per sostenere la semplificazione del business e i processi di miglioramento.

Gli intervistati hanno indicato la scarsa integrazione tra i sistemi che penalizza i processi decisionali (38%) e la mancanza di dati di qualità (37%), oltre all'assenza di processi per la gestione del cambiamento e l'implementazione dei piani (35%). Altri ostacoli sono rappresentati dalle debolezze dell'area procurement e supply chain (34%) e dalla resistenza al cambiamento da parte di dipendenti e manager (29%).

Infine, i dati vengono citati come un rischio anche quando si parla di adottare l'intelligenza artificiale. Le aziende midmarket italiane hanno dichiarato che i maggiori rischi per la loro organizzazione derivanti dall'AI sono l'agire sulla base di dati errati (35%), la mancanza di trasparenza nei risultati (33%) e di controlli sulla privacy (32%).

“Quanto migliore è la qualità e la ricchezza dei dati, tanto migliori saranno i risultati generati dall'AI”,

ha concluso Masperi. “Ecco perché è fondamentale collaborare con un partner tecnologico che conosce il contesto specifico in cui un'azienda opera e che offre l'AI già integrata nelle sue applicazioni per alimentare i processi aziendali più critici. Solo così le aziende italiane di ogni dimensione potranno trasformare la promessa della Business AI in vantaggi e crescita e accorciare il time to value”.

AI E GOVERNANCE

Data Governance e AI: un binomio sempre più forte

Giuseppe Blasi

-
DGS FactorIA – CoE



PERCHÉ PARLARE OGGI DI DATA GOVERNANCE E INTELLIGENZA ARTIFICIALE?

L'Intelligenza Artificiale è ormai parte integrante delle nostre vite, personali e lavorative. Per sfruttarla al meglio, è fondamentale avere un framework di Data Governance strutturato, che garantisca la qualità e la coerenza dei dati. Senza una gestione adeguata l'AI non può esprimere tutto il suo valore.

L'evoluzione della Data Governance: dal centralizzato al Data Mesh

COME SONO CAMBIATI I MODELLI DI DATA GOVERNANCE NEGLI ULTIMI ANNI?

La Data Governance è passata da un approccio centralizzato a un modello Data Mesh più flessibile, che decentralizza la gestione dei dati, aumenta la tempestività di accesso, ma mantiene regole centralizzate per garantire coerenza. Le Business Unit diventano così sia produttori che consumatori di dati, responsabili della loro qualità.

La sfida, quindi, è programmare l'innovazione di sistemi IT veramente rispondenti alle esigenze del business (e alla distribuzione dell'informazione) in modo graduale? In che modo questo faciliterebbe lo sfruttamento delle tecnologie AI?

Per sfruttare appieno l'AI, è fondamentale una solida infrastruttura dati. Una "software foundation"

unificata, basata su common data model certificati, facilita l'integrazione di diverse applicazioni e l'utilizzo di algoritmi di AI. Le aziende del gruppo DGS hanno profonda expertise in settori quali Furniture, Processo, Automotive: questo ci consente di rimappare i dati in modo da renderli informazioni pronte per essere rimaneggiate ed integrate da algoritmi di AI realmente utili ai decisori e facilmente distribuite agli attori dei processi, in base ai loro ruoli e alle loro specificità

Digital Lake si configura come una piattaforma che abilita e facilita l'utilizzo di algoritmi di AI per risolvere le sfide quotidiane di collaboratori operativi e manager, creando soluzioni come portali collaborativi per la progettazione con l'accesso a modelli 3D, chatbot intelligenti per l'assistenza clienti, sistemi di manutenzione predittiva e molto altro.

Il Ruolo dell'Intelligenza Artificiale nella Data Governance

AI PUÒ SUPPORTARE ANCHE LA DATA GOVERNANCE?

L'AI, sia classica che generativa, svolge un ruolo fondamentale nell'automatizzare le attività di Data Governance. Dalla verifica delle policy alla creazione di documentazione, l'AI migliora l'efficienza e la precisione. Tuttavia, una solida struttura di governance, con ruoli





e responsabilità ben definiti, è indispensabile per garantire la qualità dei dati e l'allineamento con gli obiettivi aziendali.

Qualità del Dato: Fondamentale per la Data Governance

PERCHÉ LA QUALITÀ DEL DATO È UN PILASTRO DELLA DATA GOVERNANCE?

La qualità dei dati è il fondamento di ogni iniziativa di Data Governance. Dati imprecisi o incompleti possono portare a decisioni errate, spreco di risorse e perdita di opportunità.

L'intelligenza artificiale può aiutare a identificare, monitorare e correggere anomalie, ma una solida infrastruttura di Data Governance, con politiche e procedure ben definite, è essenziale per garantire che i dati siano gestiti in modo accurato, sicuro e conforme alle normative.

Data Retention e Compliance: l'AI come strumento di supporto

L'AI PUÒ AIUTARE NELLA GESTIONE DELLE COMPLESSITÀ LEGATE AI PRINCIPI DI DATA RETENTION IN AMBITO GDPR?

La gestione della Data Retention, specialmente in ambito GDPR, è un compito complesso. L'IA offre una soluzione innovativa, automatizzando la classificazione e la conservazione dei dati, garantendo che nessun dato sensibile venga perso o cancellato prematuramente. Può individuare e isolare i dati rilevanti, mantenere aggiornate le policy di conservazione dei dati, adattandole alle modifiche legislative.

Fattori di successo per una Data

Governance efficace

QUALI SONO I FATTORI CHIAVE PER IMPLEMENTARE UN MODELLO DI DATA GOVERNANCE EFFICACE?

Un progetto di Data Governance di successo si basa su tre pilastri principali:

- Perimetro chiaro e circoscritto: definire un ambito iniziale per testare il modello e ottimizzarlo.
- Coinvolgimento delle persone: comunicare gli obiettivi e i vantaggi del progetto a tutte le funzioni aziendali fin dall'inizio risulta essere fondamentale.
- Formazione e cultura aziendale: promuovere una cultura del dato e dell'innovazione per facilitare l'adozione delle nuove tecnologie e superare le resistenze al cambiamento.

E dal punto di vista tecnologico?

La tecnologia rappresenta un acceleratore dei processi aziendali. È fondamentale selezionare strumenti che rispondano adeguatamente alle esigenze specifiche delle imprese e garantire la formazione necessaria per il loro corretto utilizzo. Solo in questo modo, la tecnologia può diventare un autentico motore di innovazione.

L'Intelligenza Artificiale come motore di innovazione

L'AI PUÒ GENERARE NUOVE OPPORTUNITÀ DI BUSINESS?

Assolutamente sì. L'intelligenza artificiale non è solo uno strumento per ottimizzare i processi esistenti,

ma rappresenta una vera e propria rivoluzione per le imprese. L'AI può generare nuove opportunità di business e trasformare radicalmente i modelli di business tradizionali. Ad esempio, può essere utilizzata per:

- ottimizzare la supply chain, prevedendo la domanda e riducendo i costi
- automatizzare le interazioni con i clienti, liberando gli operatori per attività a più alto valore aggiunto
- conservare il knowledge aziendale, automatizzando la documentazione e creando sistemi di raccomandazione.

Conclusioni: Lavorare insieme per il successo

QUAL È IL MESSAGGIO FINALE PER LE AZIENDE CHE VOGLIONO SFRUTTARE AL MEGLIO L'AI E LA DATA GOVERNANCE?

L'Intelligenza Artificiale e la Data Governance non sono indipendenti, ma componenti di un ecosistema integrato. Il successo si ottiene quando tecnologia, processi e persone collaborano in sinergia. L'AI non sostituisce il lavoro umano, ma lo integra, offrendo nuove opportunità per l'innovazione e la crescita.

IL RUOLO DELLA DIGITALIZZAZIONE NEGLI OBIETTIVI ESG

La Corporate Digital Responsibility: nuovi orizzonti per l'innovazione responsabile

Riccardo Paolini

Head of Solution Advisory di SDG Group



La responsabilità digitale d'impresa (CDR) è l'impegno delle aziende a integrare **principi etici e sostenibili** nell'uso delle tecnologie digitali. La crescente attenzione degli stakeholder, come clienti, dipendenti, fornitori e pubbliche amministrazioni, rende la CDR una priorità crescente per le imprese. Nello specifico, mira a garantire che l'innovazione digitale tenga conto di valori come trasparenza, tutela della privacy, inclusione e sostenibilità. Questo approccio va oltre il semplice rispetto delle normative, promuovendo un utilizzo consapevole e responsabile delle risorse tecnologiche.

Con il digitale come motore di trasformazione e con tecnologie come l'intelligenza artificiale e l'Internet of Things, le imprese possono ottimizzare processi, ridurre sprechi e promuovere trasparenza lungo tutta la filiera, generando un impatto positivo tangibile su società e ecosistema. E nella società stanno i clienti, che oltre a ritenere il prezzo un fattore cruciale per l'acquisto, sono altrettanto attenti a quanto prodotti e servizi proposti dalle aziende siano rispettosi dell'ambiente: più del 70% degli italiani afferma che la fiducia in un brand aumenta se quest'ultimo adotta una posizione chiara sulla sostenibilità, mentre più del 50% degli acquirenti interromperebbe o ridurrebbe gli acquisti in caso di pratiche di greenwashing.

Questi innegabili vantaggi si scontrano con la necessità delle imprese di bilanciare gli obiettivi economici con i valori etici, adattandosi a normative in continua evoluzione. Inoltre, richiede investimenti in formazione, tecnologie sostenibili e processi trasparenti che non sempre sono facili da implementare. La mancanza di consapevolezza o di competenze specifiche può ostacolare questo percorso.

LA DIGITALIZZAZIONE AL SERVIZIO DELL'ESG

La produzione di un prospetto di sostenibilità, sia esso un bilancio vero e proprio, oppure una rendicontazione di linee strategiche e indicatori di monitoraggio, presenta diverse difficoltà che possiamo così sintetizzare:

- 1. **Raccolta dei dati:** la complessità nel reperire informazioni accurate lungo tutta la catena del valore. Certificare questi dati e garantirne la completa tracciabilità per rispettare le normative;
- 2. **Standardizzazione:** la necessità di rispettare framework ESG globali (ad es. GRI, SASB) che possono differire tra loro oltre produrre rendicontazioni interne;
- 3. **Coinvolgimento interno e analisi multiprospettiva:** ottenere collaborazione da tutte le funzioni aziendali per raccogliere dei dati che





auspicabilmente non servano solo per la rendicontazione di sostenibilità ma diventino un asset per analizzare e pianificare i processi da un nuovo punto di vista, quello della sostenibilità appunto, contestualmente alle direttrici di analisi più consolidate (Finance, HR, Operations, ecc...);

4. Monitoraggio delle emissioni indirette (Scope 3 GHG Protocol):

spesso il dato più complesso da calcolare, include le emissioni indirette di gas serra prodotte lungo l'intera catena del valore di un'azienda, sia a monte che a valle. Coinvolge processi come l'acquisto di materie prime, la logistica, il consumo di energia da parte dei fornitori e l'utilizzo finale dei prodotti da parte dei clienti;

5. Comunicazione efficace:

bilanciare la trasparenza con una strategia narrativa efficace per coinvolgere gli stakeholder.

Il digitale può supportare le rendicontazioni ESG attraverso strumenti avanzati che automatizzano la raccolta, la governance e l'analisi dei dati. Tecnologie come il cloud computing, l'intelligenza artificiale, la blockchain garantiscono maggiore trasparenza, tracciabilità e affidabilità delle informazioni. I sistemi digitali integrati aiutano a monitorare gli indicatori ESG - per alcuni di questi

è necessario il near real time - e a creare report dettagliati anche a favore di audit sui bilanci di sostenibilità pubblicati, migliorandone la gestione e facilitando il rispetto delle normative.

AI e cloud computing sono due ambiti della digitalizzazione nei quali si possono identificare diverse applicazioni concrete a servizio della sostenibilità:

- 1. un sistema di alerting real-time per identificare sprechi d'acqua durante il processo produttivo che consente agli operatori di intervenire prontamente per porvi rimedio;
- 2. ottimizzare i consumi energetici riducendo l'impatto ambientale nella produzione;
- 3. sviluppare materiali di imballaggio eco-friendly riducendo la plastica e migliorando la riciclabilità;
- 4. pianificare percorsi di consegna più efficienti, riducendo il consumo di carburante;
- 5. acquisizione e certificazione formale dei dati di carbon footprint dai fornitori assicurandone la coerenza con i sistemi aziendali interni.

L'IMPATTO DELLA CDR SULLA GOVERNANCE E SULLE PERSONE

La CDR promuove una governance digitale che definisca posizioni chiare

su temi come la cybersecurity, la protezione dei dati, l'uso equo e spiegabile dell'AI. La governance dovrebbe includere un consiglio etico digitale, promuovere la consapevolezza sociale nella trasformazione digitale, adottare un'automazione responsabile che favorisca la sostituzione dei lavori umani con attenzione alla riqualificazione dei dipendenti, ridurre le emissioni di anidride carbonica.

Tutt'altro che un mero esercizio di compliance, la CDR può incidere sulle persone e sulla società promuovendo un ambiente digitale giusto e sicuro. Favorisce la protezione della privacy, il benessere digitale della popolazione aziendale e la formazione su come utilizzare responsabilmente le tecnologie. Aiuta anche a prevenire rischi legati alla disuguaglianza e discriminazione nel contesto digitale, promuovendo la diversità e l'inclusività all'interno delle organizzazioni. Tra gli esempi di progetti in tal senso vi è l'applicazione di framework di AI per analizzare i dati aggregati sui dipendenti, garantendo pari opportunità di carriera e promozione tra uomini e donne, identificando eventuali bias nel processo di assunzione, offrire corsi di formazione e sviluppo personalizzati con l'obiettivo di favorire l'inclusività e ridurre il gap di competenze di genere nel settore tecnologico.

LA BUSINESS DATA FABRIC

Una nuova strategia per valorizzare i dati aziendali

Gigliola Giacalone

Head of Sales SIDI



Il tema della Business Data Fabric registra oggi un interesse crescente da parte di IT manager e decision maker aziendali. L'esigenza è comune: trasformare l'enorme quantità di dati aziendali in insight strategici, superando la frammentarietà delle informazioni che spesso ostacolano la capacità di prendere decisioni rapide e consapevoli.

La Business Data Fabric si pone come una soluzione innovativa a questa necessità, un'architettura avanzata che non solo centralizza i dati, ma ne amplifica il valore rendendoli immediatamente fruibili e contestualizzati per trasformare le informazioni in dati a valore aggiunto.

PERCHÉ I DATI NECESSITANO DI CONTESTO?

La crescita esponenziale dei dati e delle diverse fonti — dai sistemi ERP ai sensori IoT, dai social media ai database esterni — ha portato a una frammentazione che spesso ostacola e rallenta una raccolta strutturata delle informazioni funzionale al processo decisionale. Per esempio, un dato di vendita privo di collegamenti al comportamento del cliente o alle condizioni di mercato perde gran parte del suo significato strategico. La Business Data Fabric non si limita a integrare queste informazioni, ma le arricchisce di contesto, permettendo a tutti gli stakeholder di prendere decisioni tempestive su base dati affidabili.

ESIGENZE DI DATI DIVERSE PER STAKEHOLDER TECNOLOGICI E DI BUSINESS

ESIGENZE TECNOLOGICHE

- Governance centralizzata (dati, finanza, privacy e rispetto delle normative)
- Semplificazione del landscape dei dati in continua crescita

ESIGENZE DI BUSINESS

- Accesso self -service a: dati di business affidabili forniti in chiave business
- Dati in tempo reale per supportare applicazioni aziendali, analisi e approfondimenti su ambienti ibridi e multi-cloud."



COS'È LA BUSINESS DATA FABRIC?

La Business Data Fabric è un'architettura progettata per collegare, modellare, armonizzare e orchestrare dati provenienti da fonti eterogenee, garantendo che siano accessibili in tempo reale. Si tratta di un framework flessibile che connette i diversi sistemi aziendali, eliminando duplicazioni e disallineamenti, e fornendo una visione unificata dei dati di business. Questo approccio rende i dati non solo più gestibili, ma anche più significativi per ogni linea operativa dell'azienda.

I 5 PILASTRI DELLA BUSINESS DATA FABRIC:

Una soluzione può definirsi di Business Data Fabric quando poggia su 5 pilastri fondamentali

- **1. Acquisizione universale:** Capacità di raccogliere dati indipendentemente dalla fonte o dal formato.
- **2. Integrazione intelligente:** Collegamento, piuttosto che semplice spostamento, dei dati tra sistemi diversi.
- **3. Governance centralizzata:** Garanzia di conformità normativa e qualità del dato.
- **4. Catalogazione strutturata:** Creazione di una "single source of truth" condivisa.
- **5. Fruibilità self-service:** Dati nel formato giusto, al momento giusto, per gli utenti giusti.

APPLICAZIONI PRATICHE E VANTAGGI CONCRETI

L'adozione della Business Data Fabric non è un esercizio teorico, ma una leva strategica che può trasformare profondamente le operazioni aziendali. Quali sono i casi d'uso rappresentativi? Di seguito ne decliniamo alcuni:

- **Servizio clienti** — si può analizzare il comportamento dei clienti in tempo reale, integrando dati

provenienti da CRM, social media e feedback diretti. Questo consente di migliorare l'esperienza del cliente, anticipando esigenze e risolvendo problemi con tempestività.

- **Risk management e cybersecurity** - è possibile monitorare e rilevare rapidamente comportamenti anomali o potenziali minacce, analizzando un ampio ventaglio di dati, dai movimenti finanziari fino ai trend sui social media. Questo permette di prevenire frodi e attacchi informatici, proteggendo il patrimonio informativo e la reputazione aziendale.

- **Previsioni di vendita e gestione della supply chain** - con una visione completa e centralizzata, è possibile effettuare previsioni di vendita accurate, ottimizzare la gestione del magazzino e migliorare la pianificazione della produzione. Integrando fonti esterne come dati di mercato e analisi meteo, l'azienda può anche anticipare i trend stagionali o le fluttuazioni nella domanda.

SAP DATASPHERE | LA SOLUZIONE PER COSTRUIRE UNA BUSINESS DATA FABRIC AFFIDABILE

Tra le soluzioni più avanzate per implementare una Business Data Fabric, SAP Datasphere si distingue per la capacità di preservare il contesto dei dati aziendali, semplificare la modellazione e garantire un accesso self-service sicuro in tempo reale allineato alla Data Strategy aziendale. Utilizzando definizioni semantiche condivise l'architettura supporta scenari complessi come la gestione di dati destrutturati da linee produttive o provenienti da data lake, mantenendo le relazioni tra metadati fondamentali per analisi accurate fruibili in autonomia dagli utenti business.

L'adozione di una Business Data Fabric rappresenta un'opportunità unica di crescita sostenibile, grazie a vantaggi tangibili come:

- Competitività e crescita sostenibile in un panorama in rapida evoluzione
- Migliore trasparenza aziendale e migliore condivisione delle informazioni tra teams
- Maggiore efficienza operativa mediante l'integrazione dei dati, la governance centralizzata e collaborazione interna ottimizzata
- Riduzione dei costi operativi associati alla gestione di più sistemi

CONCLUSIONI

La Business Data Fabric favorisce un approccio strategico che mette i dati al centro delle decisioni aziendali.

Comprenderne il potenziale significa non solo gestire meglio la complessità, ma anche aprire nuove possibilità per il futuro delle aziende. Investire in questa architettura vuol dire costruire una base solida per creare un'azienda realmente data driven dando concretezza alla data strategy aziendale in un contesto decisionale real time.



MODELLO SMART CITY

Tecnologia e competenze al servizio di cittadini e imprese

Stefania Matrone,

-

Direttrice Business Change Office e Smart City



La tecnologia permea gli ambienti in cui viviamo quotidianamente non solo nel privato, anche le nostre città sono sempre più influenzate dal digitale e dagli strumenti innovativi. Una trasformazione che negli ambienti urbani si esplicita nella trasformazione verso la Smart City.

Nello specifico, una Smart City è un luogo in cui le soluzioni digitali rendono più efficienti i servizi tradizionali a vantaggio di persone e imprese, con ricadute positive non solo per l'ambiente e la società ma anche per le pubbliche amministrazioni stesse. Queste ultime devono essere capaci di cogliere le necessità dei cittadini per rispondere con soluzioni adeguate, anche grazie partnership pubblico-private che mettono a fattor comune sia le tecnologie, sia i know-how.

Quello della Smart City è un modello ambizioso, ma sempre più diffuso nel nostro Paese. Diverse località hanno avviato delle sperimentazioni, supportati dalle infrastrutture di telecomunicazione di ultima generazione, come, ad esempio, quelle con tecnologia 5G. Proprio grazie alle sinergie con le imprese, i comuni possono colmare il gap di competenze in ambito tecnologico che può interessare soprattutto i paesi più piccoli.

Tra i servizi resi possibili dall'ecosistema Smart City, la gestione

delle utilities, ad esempio dei consumi energetici, attraverso strumenti come l'Internet of Things e gli algoritmi, in grado raccogliere dati sull'utilizzo di energia elettrica e sviluppare modelli utili a ottimizzarli in un'ottica di sostenibilità e di risparmio delle risorse. Un modello che può essere applicato anche nei processi di gestione dell'acqua, per ottimizzarne il trasporto e l'utilizzo, non solo nelle metropoli ma anche nelle aree in cui le risorse idriche impattano sull'agricoltura.

Un altro ambito di grande interesse è quella della mobilità intelligente, ad esempio attraverso l'analisi e la gestione dei flussi di traffico ordinario sia in occasione di grandi eventi che nella quotidianità degli spostamenti. Una soluzione resa possibile dalle tecnologie di Data Analytics, in grado processare enormi quantità di dati, aggregati e anonimizzati, per aiutare le pubbliche amministrazioni a pianificare in modo strategico, basandosi su dati reali e accurati, in occasioni come i concerti con grande affluenza di pubblico o durante la stagione estiva nelle località turistiche.

Ulteriori settori di applicazione della tecnologia possono riguardare la gestione smart degli edifici, il cosiddetto smart building. Una serie di strumenti che consentono di monitorare, attraverso l'uso di droni connessi, lo stato degli stabili





SMARTCITY



in ristrutturazione o in costruzione, per contribuire alla sicurezza degli operatori, oppure per valutare la vivibilità di ambienti come le aule scolastiche o le sale riunioni, attraverso sensori che misurano la qualità dell'aria o l'illuminazione al fine di rendere tali aree più confortevoli e accoglienti.

Questi e altri casi d'uso mostrano come la tecnologia può contribuire a rendere le città più vivibili e sostenibili. Perché ciò avvenga è fondamentale il contributo delle imprese, che hanno la responsabilità di accompagnare le PA con infrastrutture competenze, soprattutto per quanto riguarda settori come quello delle telecomunicazioni. Gli operatori rappresentano i primi interlocutori di cittadini, aziende e amministrazioni nell'interfacciarsi con il mondo del digitale. Solo grazie al loro contributo è possibile progettare e sviluppare quelle soluzioni in grado di fare la differenza.

La consapevolezza di quella che si può definire "responsabilità digitale" è una delle motivazioni che hanno

portato WINDTRE all'impegno nella diffusione del modello di Smart City nel Paese, al fianco dei Comuni italiani. Un lavoro che si concretizza nel supporto a numerose località per l'avvio di partnership tra azienda e istituzioni locali per sviluppare progetti di formazione digitale e per la realizzazione di servizi innovativi, mirati a soddisfare le esigenze dei cittadini e delle imprese, in modo da favorire la transizione verso la città smart. Un modello che unisce la tecnologia e le competenze di WINDTRE con la conoscenza dei territori e delle loro peculiarità delle amministrazioni.

Altro punto centrale è la Smart City Transformation Academy, in collaborazione con Aused e SDA Bocconi, un percorso formativo dedicato alle Pubbliche Amministrazioni per diffondere le competenze su temi come la comunicazione digitale, l'efficientamento energetico, i big data analytics o l'IoT in modo da potenziare ulteriormente la sinergia con le PA e stimolare l'innovazione come motore del cambiamento.

Queste iniziative si inseriscono nel piano di sostenibilità WINDTRE. L'azienda, infatti, ha fissato dieci obiettivi concreti, misurabili ed integrati nel business, tra cui quello di mettere il digitale al servizio delle Smart City e disegnare insieme alle amministrazioni locali la transizione green delle città italiane, e si propone di raggiungere, entro il 2030, ambiziosi risultati nell'ambito di tutte e tre le dimensioni ESG (Environmental, Social and Governance), in linea con l'Agenda ONU 2030. Per quanto riguarda le città smart, il "goal" è di siglare cento protocolli d'intesa con altrettanti Comuni entro il 2030. Attualmente ne sono stati firmati 35.

Per maggiori informazioni, è possibile visitare la sezione Sostenibilità del sito WINDTRE:

LINK

La voce del Partner

INTERVISTA A RICCARDO BELTRAMI

Riccardo Beltrami

Managing Director SDG Group Italy



Raccontaci di te e della tua azienda

La mia carriera in SDG è iniziata nel 1997, quando l'azienda era ancora una realtà giovanissima e molto diversa da quella che è diventata oggi. Mi piace però evidenziare come il DNA di innovazione, dati e centralità del cliente fossero già ben chiari e siano rimasti nel corso dei 30 anni della nostra storia. Nella mia esperienza in SDG ho ricoperto diversi ruoli, partendo dalla consulenza in Management Intelligence e BPR, fino ad arrivare a ricoprire il ruolo di COO, con una specifica responsabilità sull'area Organization & People First, e a diventare Managing Director per l'Italia dal luglio 2023.

Sono fiero di essere alla guida del team italiano, che ha superato le

500 persone, e di far parte di un gruppo internazionale che, con oltre 2.500 consulenti in tutto il mondo, ha costruito una presenza solida e in continua espansione, sempre focalizzato sull'eccellenza e sulla creazione di valore per i nostri clienti. Questo risultato è il frutto della nostra capacità di combinare tecnologia, data analytics e conoscenza profonda del business, un tratto che ha sempre fatto parte del nostro DNA. Possiamo orgogliosamente affermare che SDG Group è oggi tra i leader globali nella consulenza Data Analytics, AI & Process Excellence con la missione di supportare le aziende nell'affrontare le sfide digitali attraverso soluzioni innovative e personalizzate.

Come avete conosciuto Aused e perché avete scelto di associarvi

Fin dagli inizi della nostra storia in SDG abbiamo adottato un approccio che supera la tradizionale relazione cliente-fornitore, posizionandoci come partner interessati a comprendere bene i reali bisogni dei nostri interlocutori, cercando sempre un approccio di coproduzione e di value realization. È con questa visione che ci siamo avvicinati ad AUSED, consapevoli che molti dei nostri clienti ne sono soci e che entrando in questo network potevamo aumentare la generazione di valore. Tra i tanti aspetti che abbiamo apprezzato di AUSED, ciò che ci ha

colpiti maggiormente è la forza della sua community e il suo approccio collaborativo. L'Associazione rappresenta un'opportunità unica di networking strategico, un contesto in cui confronto e cooperazione tra professionisti sono alla base della crescita reciproca. La nostra adesione riflette la visione di promozione del dialogo e della condivisione di esperienze per affrontare le sfide del futuro digitale, contribuire al successo dei nostri clienti e, più in grande, al progresso del settore e del sistema Paese.

La vostra presenza in AUSED è rilevante: ci racconti quale valore state portando agli associati?

Al momento sono due le aree principali su cui ci stiamo impegnando per favorire un clima di cooperazione tra gli associati e per divulgare ciò in cui crediamo fermamente, ovvero che Data, Analytics e AI possano generare un impatto concreto sui risultati dell'azienda e che attraverso l'applicazione di questi principi si vadano poi a costruire le storie di successo.

Prima di tutto, condividiamo il

nostro know-how su tematiche chiave tramite articoli su 'AUSED Informa', il magazine che avete al momento tra le mani o sul vostro device, illustrando il punto di vista di SDG insieme a case study innovativi che possano ispirare e offrire nuove prospettive. Il secondo ambito è quello dell'organizzazione di incontri pensati per esplorare le tematiche più care ai CIO e, per esteso, ai C-Level. Un esempio recente è l'incontro del 22 ottobre

a Milano dal titolo 'Transform your Supply Chain with AI & SAP Solutions', in collaborazione proprio con AUSED e con il GUPS.

Durante l'evento abbiamo mostrato come AI e Digital Innovation stiano rivoluzionando la Supply Chain, migliorando l'efficienza e l'agilità aziendale, e presentato il caso di successo di Arpa Industriale per ispirare altre aziende nel loro percorso di trasformazione digitale.

Quali sono i momenti che preferisci nell'associazione e quelli che cancelleresti?

Apprezzo davvero molte delle iniziative organizzate da AUSED per la community, che offrono sempre occasioni per entrare in contatto diretto con gli altri associati. Questi momenti ci permettono di arricchire il nostro bagaglio di conoscenze e di comprendere come altre realtà affrontano sfide simili alle nostre, creando uno scambio reciproco di esperienze e competenze.

Trovo particolarmente utile la possibilità di partecipare a studi di mercato e ricerche condivisi

dall'associazione, che ci permettono di aggiornare la nostra visione sulle tendenze emergenti e di prendere decisioni più informate. Inoltre, i dibattiti tematici e le occasioni di networking, come le cene dell'associazione, sono momenti di grande valore, che consentono di interagire direttamente con gli altri soci, condividendo esperienze e conoscenze. L'aspetto che più ho trovato significativo di AUSED, quello che rende speciali questi appuntamenti, è proprio il clima, che favorisce la spontaneità e la

trasparenza necessaria ad instaurare relazioni basate sulla fiducia, senza che gli aspetti "commerciali" entrino in gioco.

Inoltre, rispetto ad altri contesti, non si tratta mai solo di un ascolto passivo, ma di una interazione continua che permette di costruire reali relazioni tra le persone. Questo scambio di esperienze e opinioni favorisce riflessioni e apre nuove prospettive, con l'obiettivo di migliorarsi continuamente in maniera reciproca.

Quale nuova contribuzione ti piacerebbe portare in associazione?

AUSED è una realtà molto attiva che offre già tantissimo ai suoi associati e lo abbiamo sperimentato diverse volte in prima persona. Come SDG stiamo lavorando per lanciare alcune nuove iniziative che possano arricchire ulteriormente il valore offerto alla community. Tra queste abbiamo in cantiere una survey pensata per tutti i soci, con l'obiettivo di raccogliere insight utili sulle sfide tecnologiche e organizzative che le aziende affrontano oggi. Vogliamo costruire una knowledge-base di riferimento per comprendere l'attuale livello di innovazione nei vari settori,

identificando opportunità e obiettivi da raggiungere.

Un'altra proposta ambiziosa che ci piacerebbe esplorare è quella di creare una "School of IT Management" per formare i CIO del futuro. L'idea è quella di fornire una visione tecnologica, di leadership e di organizzazione, in modo da preparare i professionisti che guideranno le aziende nella trasformazione digitale nei prossimi anni.

Temi come l'adozione dell'AI, la sicurezza del cloud, l'ottimizzazione

dei processi tramite data-driven insight e il potenziale dell'RPA sono sicuramente ai primi posti nelle agende dei responsabili dell'innovazione. Avere una visione chiara e aggiornata di queste aree consentirebbe all'associazione di organizzare incontri tematici mirati e di aprire nuovi canali di confronto tra i membri.

Per SDG è un'opportunità preziosa contribuire a questa missione e lavorare insieme verso un futuro dove innovazione e collaborazione possano fare davvero la differenza.

SULLA SOSTENIBILITÀ DELLE NUOVE TECNOLOGIE

L'AI e l'Agenda 2030 dell'ONU

Sergio Caucino

-

IT Director e Strategic Business Partner SW Europe per GroupM (part of WPP group).

L'Agenda 2030 delle Nazioni Unite è un poderoso progetto globale che rappresenta un'autentica chiamata all'azione per il miglioramento del nostro pianeta e della vita delle persone. Trae origine dal dialogo quarantennale della comunità internazionale su quale debba essere il percorso, non solo ideale ma anche pragmatico, per offrire all'umanità un futuro in cui la prosperità ed il benessere morale e materiale sia garantito non solo nel presente, o nell'immediato futuro, ma anche a beneficio delle generazioni future. Il programma, adottato e sottoscritto nel 2015 da tutti i 193 membri delle Nazioni Unite si declina in 17 obiettivi primari e 169 obiettivi di dettaglio e copre gli aspetti ambientali, sociali e di controllo, senza dimenticare la dimensione economica.

A soli sei anni dalla prima data obiettivo, è lecito chiedersi quale sia il punto di avanzamento a livello globale, ma in particolare dell'UE e dell'Italia. A questo riguardo il prezioso rapporto ASVIS (Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile) per l'anno 2024 ci riporta, con realismo quantitativo, la dinamica dei 17 obiettivi nei primi 10 anni di attivazione dell'Agenda.

L'analisi quantitativa di molti indicatori legati agli SDG (Sustainable Development Goal) mostra un significativo ritardo, in particolare dell'Italia, sulla raggiungibilità degli stessi in tempo per le scadenze previste. Quindi ASVIS ha indicato alcune linee guida per la attivazione

di investimenti pubblici e privati in accordo con l'Agenda 2030, promuovendo un Piano di Accelerazione in cui la governance dell'AI, collegata a maggior trasparenza e partecipazione democratica, è considerata indispensabile.

Il rapporto riassume molti spunti interessanti e, per certi versi sorprendenti, sul tema dell'Intelligenza Artificiale: un tema al centro di molti eventi istituzionali recenti, come durante il Summit sul Futuro (New York, Nazioni Unite fine settembre 2023). L'evento è stato l'occasione per integrare l'Agenda 2030 con temi emergenti, come i diritti dei giovani e delle future generazioni, le metriche per misurare progresso e benessere di una società "oltre il Pil" e ovviamente, il nuovo ruolo dell'Intelligenza Artificiale. Tra gli impegni assunti è definita l'istituzione di un gruppo scientifico multidisciplinare indipendente, a livello internazionale, sull'intelligenza artificiale (sul modello dell'IPCC sul clima). Simili impegni compaiono negli atti del G7 a presidenza italiana (che terminerà a Dicembre 2024) e negli Orientamenti Politici 2024-2029 della neo insediata Commissione Europea.

Viene inoltre citato Il rapporto Draghi sul futuro della competitività (Settembre 2024), che indica tra i punti principali: "colmare il divario d'innovazione, per cui l'Europa deve orientare i propri sforzi per raggiungere gli Stati Uniti e la Cina, soprattutto nelle tecnologie avanzate.



Deve sbloccare il proprio potenziale innovativo rispetto alla “rivoluzione” dell’intelligenza artificiale, fornendo alle persone le competenze necessarie per trarre vantaggio dalle nuove tecnologie, in modo che tecnologia e inclusione sociale vadano di pari passo”.

Viene anche analizzata la Strategia italiana per l’Intelligenza Artificiale 2024-2026 (luglio 2024) che intende promuovere l’uso della AI nel tessuto produttivo, imprenditoriale, formativo e sociale, nonché nella Pubblica Amministrazione

[\(Scarica il PDF\)](#).

Il contesto italiano descritto dal documento di Strategia è contraddittorio, in quanto nonostante la forte presenza accademica, l’Italia è in ritardo per numero di laureati in ICT e cittadini con competenze digitali di base. La ricerca italiana in IA è di alto livello, con un numero significativo di pubblicazioni e progetti europei a cui partecipano unità di ricerca italiane. Eppure, il trasferimento tecnologico dall’accademia all’industria è ancora limitato, con solo il 15% delle PMI italiane che hanno avviato un progetto pilota di IA nel 2022.

La strategia mira a consolidare il posizionamento scientifico dell’Italia nell’IA a livello globale, sfruttando il potenziale di questa tecnologia per valorizzare la tradizione industriale italiana. L’obiettivo è di rendere l’Italia protagonista nell’ecosistema internazionale dell’IA tramite quattro macro-obiettivi come la realizzazione di applicazioni AI distintive e localizzate a vantaggio delle eccellenze italiane; la promozione della ricerca scientifica considerando sia la competitività ma anche il benessere sociale (welfare, ambiente, cultura, educazione, salute); la creazione del contesto favorevole fatto di investimenti, formazione e base normativa; attuare un coordinamento unitario per bilanciare la tendenza all’inattività ed il contrasto ad approcci

opportunistici.

I settori su cui la Strategia si focalizza sono variegati e vanno dalle tradizionali eccellenze nazionali (per esempio: automazione, agroalimentare, abbigliamento, turismo, chimico-farmaceutico e aerospaziale), al comparto puramente tecnologico, al settore finanziario. Ma non dimentica la componente sociale, come la salute, l’educazione, la tutela del territorio, ambiti in cui la Pubblica Amministrazione è chiamata ad essere dominio privilegiato di azione.

La strategia si inserisce nel contesto del Regolamento Europeo sull’Intelligenza Artificiale (AI Act), che mira a creare un quadro giuridico uniforme per lo sviluppo e l’utilizzo dell’IA, basato su un approccio basato sul rischio, indicando come auspicabile una trasformazione digitale centrata sulle persone con soluzioni orientate ad una forma di umanesimo digitale, cioè allo sviluppo del patrimonio intellettuale, formativo e culturale digitalizzato. L’analisi dei rischi è altrettanto interessante perché pone l’accento sulle difficoltà di attuazione di un piano comunque ambizioso. Il primo rischio è quello del “non fare” e, potremmo dire anche del “far fare” accettando soluzioni importate e che non qualificano e differenziano il contesto produttivo locale. Tra gli altri rischi vengono citati: “l’iperregolazione nazionale”: con la sovrapposizione di normative e competenze tra diverse Autorità; i “Rischi per il mondo del lavoro”: la trasformazione del lavoro richiede investimenti in percorsi di upskilling e reskilling; Il “digital divide” che può acuire delle disuguaglianze nell’accesso alle competenze digitali e all’IA; concludendo con il “rischio dell’inefficacia”, ovvero la difficoltà di attuare la strategia in un contesto dinamico e in continua evoluzione.

Per concludere, in tutti gli atti e i documenti di intento più recenti è unanime il riconoscimento di un impatto trasformativo sul

sistema socio-economico globale e locale, attivato anche dei rapidi progressi e dalle opportunità offerte dell’IA generativa, non trascurando il bisogno di arrivare ad una governance “etica” delle nuove tecnologie. La base fondante per perseguire una sostenibilità completa del ruolo delle tecnologie, in particolare dell’AI, deve essere la garanzia di attuare scelte coerenti con lo stato di diritto con i principi costituzionali che attengono alle radici stesse della nostra libertà come cittadini ed esseri umani.



INNOVATION LAB DI AUSED

Il motore dell'innovazione per i CIO italiani

AUSED Innovation Lab

-

Francesco Ciuccarelli (Coordinatore), Sergio Caucino, Giovanni Canfora, Giovanni Daconto, Piero Giacomelli, Emanuele Marcianò, Luigi Pignatelli

Viviamo in un'epoca di innovazione esponenziale, dove il ritmo del progresso tecnologico cresce a una velocità mai vista prima. Questo contesto pone sfide senza precedenti alle aziende, che rischiano di perdere competitività se non riescono a rimanere al passo. In tale scenario, il ruolo del CIO (Chief Information Officer) non può più limitarsi alla gestione dei sistemi IT, ma deve posizionarsi come ruolo strategico, cruciale per guidare l'innovazione e connettere l'azienda con l'ecosistema tecnologico esterno.

L'Open Innovation, come modello che integra risorse interne ed esterne per generare valore, consente alle aziende di esplorare nuove opportunità, superando i limiti delle proprie capacità interne. L'approccio proposto da AUSED coinvolge startup, centri di ricerca, acceleratori e venture capitalist, per offrire ai CIO e agli altri leader della tecnologia e dell'innovazione visione strategica e rete di relazioni.

LO STARTUP CIRCLE: UN PONTE TRA CIO E STARTUP

Tra le iniziative che caratterizzano i lavori dell'Innovation Lab nel 2025 spicca lo Startup Circle, un gruppo di lavoro che permette a un numero selezionato di startup di accedere alla community dei CIO e dei vendor e partner associati. Si tratta di una piattaforma esclusiva per lo scambio di idee e la creazione di opportunità concrete, sia per le startup sia per le

aziende associate.

Il funzionamento dello Startup Circle prevede una rigorosa selezione delle startup partecipanti, basata sul potenziale innovativo e sulla rilevanza per le sfide affrontate dalle aziende rappresentate in AUSED. Una volta ammessi, questi innovatori hanno l'opportunità di presentare le proprie soluzioni ai CIO, partecipare a eventi dedicati e collaborare a progetti pilota con le aziende associate.

Per il 2025, il programma ha già selezionato alcune realtà promettenti che si uniranno alla community per tutto il periodo, e saranno presentate in occasione della cena natalizia AUSED il 12 dicembre 2024:

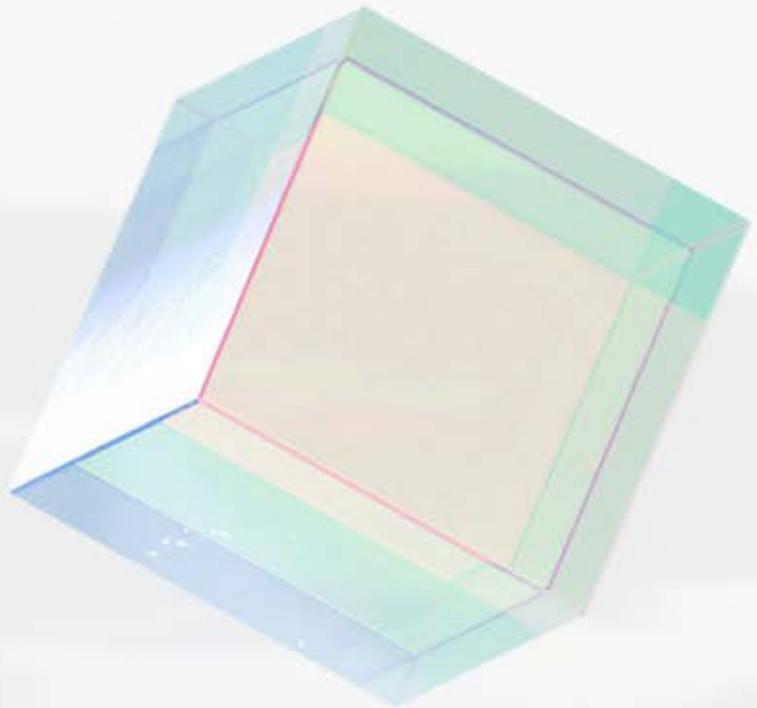
- **AccessiWay:** propone soluzioni per l'accessibilità web, rendendo siti e applicazioni conformi alle normative e fruibili da tutti gli utenti.
- **Clearbox AI:** fornisce dati sintetici di alta qualità per migliorare i modelli di machine learning, garantendo conformità alle normative sulla privacy.
- **Commercio.Network:** offre una blockchain open-source conforme a eIDAS per la gestione di identità digitali, firme elettroniche e tokenizzazione di asset.

- **Datapartners:** specializzata in soluzioni avanzate di data analytics e business intelligence per supportare le decisioni aziendali.
- **FairMind:** grazie al proprio prodotto MindStream Studio, trasforma lo sviluppo software attraverso la GenAI, accelerando il time to market e migliorando qualità e allineamento col business.
- **Krateo:** offre una piattaforma open-source per la gestione centralizzata delle operazioni cloud-native, ottimizzando costi e performance.
- **Nuvolaris:** fornisce una soluzione cloud-native che semplifica lo sviluppo su Kubernetes, offrendo una piattaforma serverless portatile e conveniente.

AUSED, UN PUNTO DI RIFERIMENTO PER L'INNOVAZIONE

L'Innovation Lab e lo Startup Circle solo alcune delle iniziative che posizionano AUSED come interlocutore autorevole nel campo dell'Open Innovation. Per i CIO, AUSED vuole essere una piattaforma per accrescere competenze e accedere a un network qualificato. Per l'intero ecosistema, è un'occasione per collaborare con aziende leader e accelerare l'adozione di nuove soluzioni e tecnologie.

In un mondo in cui l'innovazione non è più un'opzione ma una necessità, l'Innovation Lab di AUSED offre ai CIO italiani il supporto di cui hanno bisogno per affrontare le sfide del futuro e guidare le proprie aziende verso il successo, da protagonisti



Nel 2025 con Richmond Italia per ampliare audience ed esplorare il mercato

Che obiettivi si prefigge AUSED con questo patrocinio? E con quali motivazioni?

Abbiamo intravisto l'opportunità di far conoscere la nostra associazione oltre i soliti circuiti, spostando il baricentro verso il Centro-Sud ed esplorando in quei territori in cui vorremmo essere più presenti e visibili. Siamo convinti che Rimini sia più a portata di mano di molte realtà che magari non sempre riusciamo a intercettare dal Nord, o perlomeno non di persona. La forza del forum è proprio quella di far incontrare i dirigenti IT in un contesto qualificato e focalizzato sui nostri temi. Ci aspettiamo un duplice valore da questo patrocinio: da una parte la possibilità di influenzare l'agenda del forum grazie al massiccio contributo di soci e simpatizzanti Aused e Be-the-change

che comunicheranno gli hot topics del momento; dall'altra beneficiare di una bella cassa di risonanza per i nostri valori e la nostra mission, dato che il forum è percepito come un punto di riferimento per il settore. Non stiamo parlando di un patrocinio solo formale. All'edizione di fine marzo saremo presenti con una nostra piccola testa di ponte e avremo la possibilità di raccontarci e di avvicinare all'associazione molti addetti ai lavori che oggi non ci conoscono, o ci conoscono solo marginalmente.

Sulla base di quali criteri avete scelto il forum di Richmond Italia?

Richmond Italia e AUSED sono affini perché fanno lo stesso mestiere: networking selezionato. Siamo simmetrici ed entrambi siamo fermamente convinti del potenziale di un buon networking. La filosofia del networking è che il valore dell'insieme è superiore a quello delle singole parti. Ai forum di Richmond Italia non si vende nulla, si viene per ascoltare, per conoscersi, per capire le tendenze e gli scenari evolutivi, per trasmettere e accogliere contenuti di valore. Tutti siamo ben consapevoli dei benefici che si ottengono dal fare rete. Ma qui troviamo uno step in più: la garanzia di incontrare persone che fanno il tuo stesso mestiere in altre aziende, e questo amplia enormemente lo spettro della comprensione dei fenomeni. Nell'arco di due giorni scoccano le scintille, poi si torna a casa e si approfondiscono i temi. In molti casi può anche nascere il business, ma questo viene dopo.

Lei ha partecipato direttamente a questo evento. Che cosa si ricorda? Come si usa dire oggi, che cosa si era "portato a casa"?

Ho partecipato la prima volta a un forum di Richmond Italia nel 2019, poi sono tornato anche come relatore. Avevo raccolto molti spunti interessanti, un piccolo bottino di informazioni ma anche di storie di vita vissuta da parte dei colleghi. L'agenda degli incontri è molto densa, l'effetto full immersion è garantito. Ricordo con piacere il forum come occasione di arricchimento personali e di lavoro sulle soft skills, penso al seminario di Alessandra Monasta su come i grandi arbitri del calcio si trovino a prendere decisioni sotto pressione. Mi sono fatto un'idea precisa del perché i forum di Richmond Italia possano trasformarsi in uno strumento utile per l'Associazione. Ancora in un recente passato, se dovevi trovare un nuovo fornitore, era sufficiente tracciare un quadrante di Gartner e individuare i primi 3 o 4 player del mercato. Ora è diverso. Se parliamo per esempio di AI, probabilmente devi trovare una startup, e devi cercarla tu. Il mercato attuale è sempre più funzionale al networking, e al tempo stesso ha bisogno di nutrirsene. All'edizione di fine marzo sarò presente personalmente per presentare AUSED, avremo a disposizione una postazione nostra e uno spazio nel programma per raccontare del lavoro che facciamo con l'associazione. Spero in quell'occasione di poter incontrare molti associati, che invito sin da ora a partecipare: quello di Rimini è un tempo ben speso.



Massimiliano Bartolozzi

-
CIO Lucart Group

AUSED ha concesso il patrocinio dell'associazione alle due edizioni annuali di Richmond IT director forum che si terranno a Rimini nel 2025. Abbiamo sentito Massimiliano Bartolozzi e Sara Burro per entrare nel merito di questa partnership.

Come è nato l'avvicinamento con AUSED, ora sfociato in un patrocinio diretto?

Questo genere di percorsi inizia quasi sempre da una scintilla umana, d'altronde noi ci presentiamo con una frase sotto il marchio che dice Human2human. Nelle edizioni passate abbiamo avuto fra i nostri relatori Francesco Ciuccarelli, CTO di Alpitour, che ha portato contributi interessanti su Digital transformation e AI. Ci aveva colpito per la sua carica energetica, oltre che per le sue competenze. Ed eccoci qui a commentare un nuovo inizio e un tratto di strada che andremo a percorrere insieme. I forum di Richmond Italia sono realtà molto porose, da cosa nasce cosa. Magari non subito, ma prima o poi nasce.

Come funzionano i forum di Richmond Italia?

Richmond Italia ha festeggiato quest'anno i 30 anni di presenza sul mercato. Nel 2025 avremo un palinsesto di 28 eventi business to business e ci posizioniamo da sempre come un organizzatore leader negli eventi di business matching. Per due giorni e mezzo i Delegates beneficiano di un programma conferenze molto ricco, alternato a incontri con Exhibitor. Il tutto all'interno di un'agenda che loro stessi hanno contribuito a generare seguendo esclusivamente il loro focus di interesse. Il nostro compito è far incontrare la domanda e l'offerta, con la promessa che

dall'altra parte del tavolo i partecipanti incontreranno solo interlocutori che hanno espresso il desiderio di conoscerli. Questo succede grazie a un software proprietario che incrocia l'interesse reciproco. I tre pillars dei nostri eventi sono formazione, new business e networking. La cosa particolare è che tutto è formazione, non solo le conferenze. Tutto è networking. E tutto è condito in un perfetto equilibrio fra densità di contenuti e relax lontano dagli uffici e dalle riunioni abituali. In definitiva, nulla cala dall'alto, ogni cosa è costruita sulla base di un interesse autentico. Per esempio, prima di ogni forum conduciamo una survey per decidere i temi delle sessioni più tecniche del programma conferenze, interpellando i manager di tutto il nostro database.

Come è cambiato dal suo punto di vista il mondo IT negli ultimi anni?

Il nostro cono di interesse per il mondo IT non si limita al forum dedicato agli IT director, ma include i mondi dell'E-commerce, della fabbrica 4.0, della Cyber security, delle soluzioni IT per la logistica e da quest'anno anche dell'AI. Una massa critica non da poco. Il 'popolo' dei Delegates IT è storicamente rappresentato da dirigenti con una forte seniority che lavorano in aziende di medie e grandi dimensioni, spesso multinazionali. In generale, smaltita una certa timidezza del primo incontro, vedo molta voglia di incontrarsi, di stare insieme, di ragionare insieme. Siamo

umani, non siamo algoritmi anche se per lavoro dobbiamo far marciare le macchine e i processi.



Sara Burro

-
Head of Delegate Richmond Italia

DIGITAL SECURITY FESTIVAL

Umanocentrico per natura

Marco Cozzi

-

Head Of Innovation & ICT Gruppo Banca Finanziaria Internazionale S.p.A. e Presidente del Digital Security Festival



Digitalizzazione, sicurezza informatica, intelligenza artificiale e le applicazioni della stessa nelle attività produttiva sono temi che occupano ormai da tempo i management aziendali di tutte le imprese, piccole, medie e grandi a Nordest come in tutta Italia. Proprio a Nordest, però, ormai da sei anni si svolge il Digital Security Festival con l'intento di diffondere la cultura e la sicurezza digitale rivolgendosi a persone, aziende, istituzioni e scuole, attraverso una serie di incontri in presenza e on line diffusi su tutto il territorio triveneto. L'edizione 2024, appena conclusasi con grande successo ha visto la realizzazione di 10 incontri in presenza (Udine, Tavagnacco, Roncade, Montebelluna, Castelfranco Veneto, Vittorio Veneto, Trieste, Padova e Vicenza) e quattro incontri on line, con la partecipazione di oltre 50 relatori, italiani e stranieri, scelti fra esperti di ogni settore informatico, professori universitari, manager, imprenditori, esperti legali, inventori, che moderati da una decina di diversi giornalisti si sono confrontati sul tema generale "Umanocentrico per natura" declinato affrontando questioni come: "L'intelligenza artificiale nella quotidianità"; "L'intelligenza artificiale e la cybersecurity"; "Come gli hacker usano l'AI"; "Deepfake e disinformazione"; "Cultura e sicurezza digitale"; "Temi strategici dell'evoluzione digitale"; "Inconsapevoli digitali, fra etica, social media e sicurezza cibernetica"; "Intelligenza artificiale: il vaso di pandora tecnologico": "L'AI Act in pratica"; "Agenti autonomi e Ia generativa" e molti altri ancora con la presentazione di numerose case history aziendali".

Il tutto con la partecipazione fra il pubblico di centinaia di studenti liceali e universitari, imprenditori e normali cittadini che hanno frequentemente incalzato i relatori con domande curiose e pertinenti.

Questa sesta edizione ha esplorato, da ogni possibile punto di vista, **la tecnologia "umano centrica per natura"**. È un tema di grande attualità e interesse pubblico che ha stimolato discussioni profonde sulla direzione in cui sta andando la nostra società e su come possiamo renderla più sicura per tutti. **Il Digital Security Festival si è posto al centro del dibattito su come la tecnologia e l'intelligenza artificiale possano essere utilizzate per il bene comune e non solo come strumenti di potere.** Abbiamo, infatti, costruito l'edizione 2024 attorno al principio dell'umanità al centro della tecnologia, riprendendo la prima legge della robotica di Isaac Asimov secondo la quale "un robot non può arrecare danno a un essere umano né può permettere che, a causa del suo mancato intervento, un essere umano riceva danno". Siamo, infatti, convinti che il progresso tecnologico deve essere guidato e ispirato dalle necessità dell'uomo e permettere all'essere umano, come sosteneva Adriano Olivetti per la fabbrica, di vivere una vita ricca di bellezza, arte e cultura, liberandolo dalla meccanicità del lavoro.

Un approccio "umanistico" ed etico che gli organizzatori del Dsf intendono portare avanti anche negli anni futuri, estendendo il Festival anche ad altre regioni italiane, e per





garantire il quale hanno anche creato un'associazione di promozione sociale collegata al Festival stesso e hanno firmato un accordo con la consigliera regionale di parità del Friuli Venezia Giulia per fare in modo che lo sviluppo tecnologico e sociale futuro vadano anche verso una crescente parità di genere.

«Dai molti interventi, così come dalle domande del pubblico — ha spiegato il vicepresidente e cofondatore del Dsf, Gabriele Gobbo — è emerso come a Nordest, ma in generale in Italia, manchino ancora sufficienti competenze e conoscenze digitali per affrontare i cambiamenti in atto. Allo stesso tempo nelle aziende, particolarmente in quelle più piccole, si nota un problema culturale che porta gli imprenditori a sottovalutare i rischi sulla sicurezza informatica e le opportunità offerte dal progresso tecnologico e specialmente dall'intelligenza artificiale. Serve uno sforzo — ha continuato Gobbo —, del sistema scolastico, universitario e delle istituzioni in genere, per aumentare il numero di persone adeguatamente preparate ad affrontare le sfide tecnologiche e digitali del futuro. Per fortuna, tuttavia, grazie in particolare alle nuove generazioni, si sta riscontrando una sempre maggior attenzione a questi temi. Per noi è una soddisfazione vedere che questi anni di impegno per diffondere la cultura del digitale sono riusciti a far crescere l'attenzione verso questi temi e tutto ciò ci spinge a continuare e ad allargare il nostro impegno oltre i confini del Nordest».

L'importanza del fattore umano,

al centro dell'edizione del Digital Security Festival, è confermata anche da Sonia Gastaldi, consigliera del Dsf e sociologa informatica che ha ribadito come: «Il Digital Security Festival di quest'anno con il tema "Umanocentrico per natura" ha riposizionato il fattore umano al centro della dirompente rivoluzione tecnologica e digitale che permea le nostre vite già da qualche anno. E questo mi rende particolarmente grata, vista la mia missione da sociologo. Tre settimane di festival sono sicuramente "un piccolo passo per l'uomo, un grande passo per l'umanità", un'umanità che, se saprà ben usare le nuove tecnologie, potrà vivere un nuovo rinascimento liberandosi dei compiti ripetitivi a favore della creatività. Tutto ciò a condizione che nessuno sia lasciato indietro e solo. Ecco — ha sottolineato Sonia Gastaldi — il Festival di quest'anno è il sesto seme per innalzare alberi forti che ritornino al mondo riparo, ossigeno e bellezza».

Anche per Luigi Gregori, presidente dell'ItClub Fvg il tema del Digital Security Festival 2024 è stato particolarmente centrato e «ha rappresentato un importante momento di riflessione sull'importanza del fattore umano nella cybersecurity. Fin dalla sua prima edizione — sottolinea Gregori —, organizzata dall'ItClub, il Festival ha sempre avuto come principale obiettivo quello di sensibilizzare tutti i soggetti della società civile sull'urgenza di governare la trasformazione digitale in atto. Quest'anno, in particolare, la partecipazione di relatori di altissimo livello e l'entusiasmo del pubblico presente hanno

confermato che cybersecurity e intelligenza artificiale sono davvero i temi cruciali del nostro tempo. L'elevato numero di richieste per replicare l'evento in altre località — ha ribadito Gregori — testimonia l'unicità del Dsf nel suo genere, grazie alla sua capacità di creare un confronto costruttivo e coinvolgente tra tutti gli attori protagonisti di questa trasformazione. Un modello di festival che mette al centro l'essere umano, per affrontare in modo olistico le sfide della cybersecurity e dell'intelligenza artificiale».

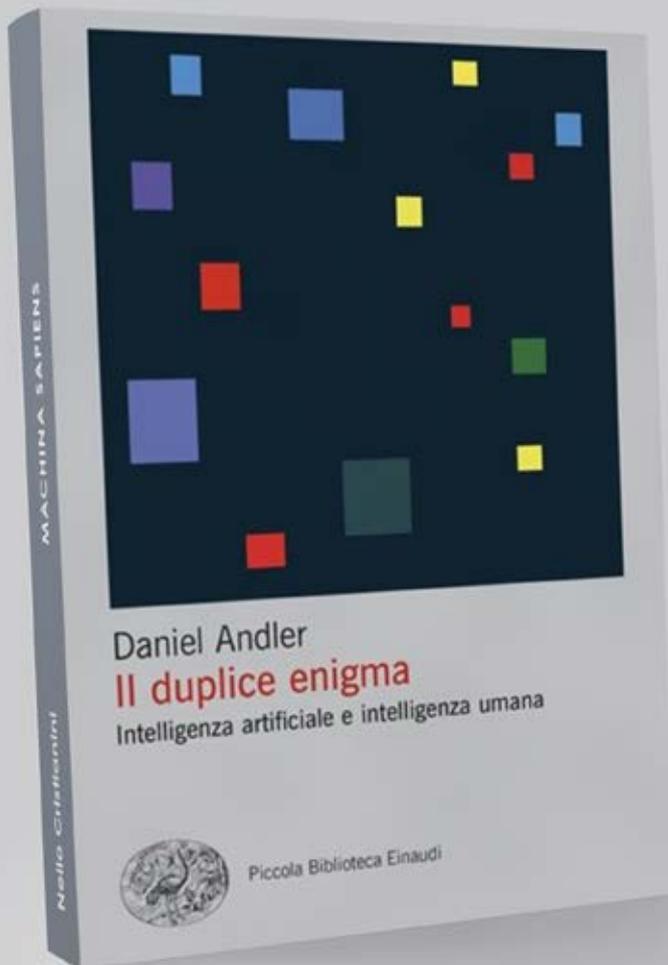
Una riflessione finale e di prospettiva è stata proposta da Davide Bazzan, socio fondatore del Digital Security Festival chiarendo che: «Il concetto di "umanocentrico" in questa sesta edizione del Digital Security Festival è stato spiegato attraverso le leggi della robotica di Asimov, ma si è andati oltre: come Asimov stesso comprese che concentrarsi sul singolo non bastava, introducendo la legge zero per proteggere l'intera umanità, così oggi dobbiamo superare l'individualismo tipico dell'era degli influencer. Dobbiamo chiederci se conti più il numero di visualizzazioni o la qualità del contenuto, se sia più importante l'esaltazione del singolo o una sintesi collettiva. Una visione sistemica che non è solo teoria: la Natura la applica da miliardi di anni, dimostrando che la vera sfida — ha concluso Bazzan — è imparare a essere parte di questo equilibrio millenario a favore del bene comune, che si tratti di vita reale, digitale, sociale o social».

La *Pigrizia*, cattiva consigliera dell'IA

Gilberto Fucili

-

Probo Viro Aused



IL DUPLICE ENIGMA. INTELLIGENZA
ARTIFICIALE E INTELLIGENZA
UMANA

Daniel Andler

Il Mulino, 2024

L'intelligenza artificiale sta vivendo una stagione di grandi successi. Alle disillusioni degli inizi sono subentrati, all'alba del XXI secolo, progressi spettacolari che tuttavia sono ben lungi dall'essere adeguatamente compresi: l'intelligenza artificiale rimane infatti, in buona sostanza, qualcosa di opaco. Di più: nonostante la sua straordinaria avanzata, la distanza che la separa dall'obiettivo che si è prefissata, quello di riprodurre l'intelligenza umana, non accenna a diminuire. Per superare questo enigma, secondo Daniel Andler è necessario venire a capo di un altro: quello dell'intelligenza umana. Essa è qualcosa di sostanzialmente diverso dalla capacità di risolvere qualsiasi tipo di problema, ma qualifica tramite il suo giudizio il modo in cui gli esseri umani fronteggiano le situazioni di qualsiasi genere nelle quali si vengono a trovare.

Tutte le grandi conquiste umane si sono basate sul desiderio dell'uomo di migliorare la propria vita, o quantomeno di fare meno fatica. La scoperta della ruota ne è stato il massimo esempio: che gran risparmio di lavoro e tempo far scivolare grossi pesi e ingombri anziché caricarli sulle spalle o sui poveri animali da tiro.

Se trovare un mezzo di aiuto è sempre stato nelle aspirazioni umane, cosa ne sarà oggi delle tante attività cui l'evoluzione dell'Intelligenza Artificiale (IA) può dare una considerevole mano? Saranno solo

aspetti economici o la pigrizia ne trainerà un massiccio uso?

Immaginiamo pigri operatori che per una stesura siano tentati: perché non richiederne lo sviluppo all'IA? Pongo il quesito ed ecco un componimento accettabile; tutto lavoro risparmiato!

Fermiamoci finché siamo in tempo, non rinunciamo alla freschezza e originalità delle nostre espressioni. Attori, giornalisti, operatori del mondo della stampa, editoria, cinema e audiovisivi stanno protestando perché tutti questi valori non si disperdano.

È bene considerare gli aspetti di economicità ed efficacia insiti nelle tecnologie IA che eleveranno all'ennesima potenza il contributo algoritmico delle attività socio/produttive. Fondamentale sarà però non assecondare tutto ciò con una rinuncia al voler creare, lavorare, esprimersi e battersi per far primeggiare l'Uomo, senza pigrizie svalutanti che potrebbero solo favorire un uso distorto e negativo dell'IA.

Altri due consigli di lettura

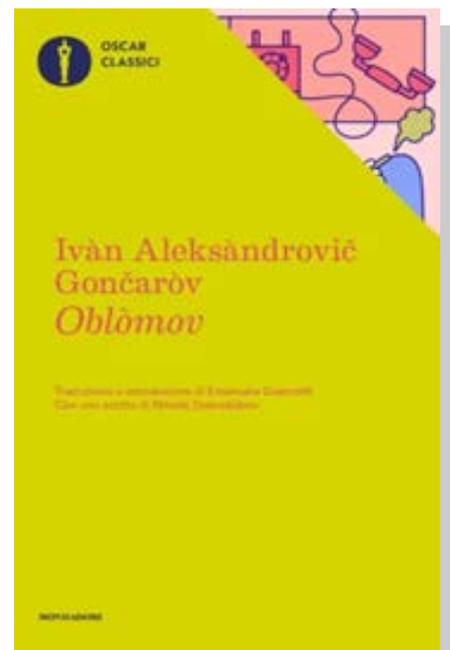
(per saperne di più sull'intelligenza in generale)



**DEEP THINKING.
DOVE FINISCE L'INTELLIGENZA
ARTIFICIALE, COMINCIA LA
CREATIVITÀ UMANA**

Garry Kasparov

Fandango libri - 2019



OBLÒMOV

Ivan Aleksandrovič Gončarov

Mondadori, Oscar classici - 2017



Aused
INFORMA



www.aused.org