

Foto e Video gallery - 16/05/2023

Biella Digital Summit, i temi affrontati al convegno sulla digitalizzazione per le imprese

Grande interesse per l'evento che ha messo al centro intelligenza artificiale e big data

Ha suscitato grande interesse la seconda edizione di **Biella Digital Summit**, il convegno dell'Unione Industriale Biellese dedicato ai temi della digitalizzazione per le imprese. Questa edizione, in particolare, si è concentrata su intelligenza artificiale e big data.

Dopo i saluti introduttivi del direttore Uib, **Pier Francesco Corcione**, e del presidente di Confindustria Piemonte, **Marco Gay**, l'incontro è entrato nel vivo. **Andrea Marangione**, vice presidente Giovani Imprenditori di Confindustria e ideatore di "TALENTIS- GI start up program" dedicato alle startup italiane costituite da meno di 5 anni, è stato il moderatore d'eccezione che ha accompagnato la platea alla scoperta di strumenti e vantaggi della digitalizzazione.

Intelligenza artificiale e possibili applicazioni in azienda

Renato De Marco, Partnerships & Business Development Manager di **Vedrai**, ha definito l'intelligenza artificiale come una sorta di matematica molto avanzata applicata all'informatica, capace dunque di sviluppare un'elevata capacità di calcolo. Tale capacità viene applicata da Vedrai alla simulazione di scenari che, elaborando dati interni all'azienda e indicatori esterni (il meteo, gli indici borsistici, i sentiment sui social media...), possono sviluppare **modelli predittivi** utili a chi, in azienda, deve prendere decisioni strategiche. Un'applicazione, ad esempio, può essere la simulazione dell'andamento dei prezzi delle materie prime.

Francesca La Rocca Sena, Partner dello **Studio Legale Sena & Partners**, ha posto attenzione al dibattito in corso sulla **proprietà intellettuale** del materiale prodotto utilizzando l'intelligenza artificiale, puntualizzando come è possibile tutelare quanto realizzato.

Riccardo Mercanti, Head of Special Projects di **Big Profiles**, ha spiegato come l'intelligenza artificiale possa essere applicata ai contact center, in particolare di aziende B2C con grandi volumi di dati da gestire. Big Profiles **"predice" i comportamenti dei clienti**, fornendo uno scoring predittivo per ogni comportamento dei clienti. In questo modo è possibile aumentare le performance del contact center, aumentare i tassi di conversione delle campagne di vendita e rendere più efficaci i contatti, oltre ad avere strumenti per agire sul customer journey.

I big data: come gestire i dati in azienda

Carlo Nordio, Sales Manager di **Aruba Business**, ha ricordato come il livello di digitalizzazione nelle PMI in Italia non sia molto confortante. Se con la pandemia il gap tecnologico si è ridotto per l'introduzione di sistemi digitali necessari alla sopravvivenza, oggi l'auspicio è che la consapevolezza di aver dovuto adottare gli strumenti della digitalizzazione in maniera reattiva, ora possa invece fare sì che vengano utilizzati in modo strategico. Il problema principale è una "barriera" culturale legata al basso valore percepito della soluzione tecnologica che, invece, è spesso driver di sviluppo. In questo senso, sono fondamentali le **competenze digitali**, di alto e basso livello, da inserire in azienda.

Elisabetta Berti Arnoaldi, Partner dello **Studio Legale Sena & Partners**, si è concentrata su come tutelare i segreti aziendali, ponendo barriere fisiche e informatiche adeguate. **Niccolò Ferretti**, Partner **Studio Legale Nunziante Magrone**, ha approfondito il tema anche attraverso qualche consiglio: la realizzazione di un disciplinare aziendale per dipendenti, un accordo di disclosure con dipendenti, l'apposizione di diciture ad hoc sui documenti riservati o in calce alle mail, l'utilizzo di firewall o di locali ad hoc per l'archivio materiali riservati.

Infine, **Carolina Davico** di **Unguess**, ha spiegato cosa significa fare **crowd testing tecnologici** e perché rappresenta un vantaggio per le imprese. Testare una soluzione tecnologica o un prodotto sulla Community globale di Unguess significa ottimizzare il prodotto digitale in ottica human centered, la riduzione dei costi sviluppo prodotto, l'aumento della soddisfazione dell'utente finale e il miglioramento della user experience.

Le parole di Christian Zegna, delegato alla Digitalizzazione

"Perché gli strumenti digitali possono creare un vero vantaggio per le imprese, sono due i limiti da superare: uno esterno, dato dalla **connettività**, dalla disponibilità di infrastrutture; uno interno, **culturale**. A questo scopo è importante investire in competenze, in persone che possano interpretare i cambiamenti in atto e tradurli in azienda".

Il commento di Michele Tolu, presidente Sezione Servizi Innovativi e Tecnologici Uib

"E' fondamentale **investire in competenze**, puntare sull'informazione e sull'orientamento rispetto ai percorsi di studio legati alla digitalizzazione, perché le persone competenti sono il giusto collante tra l'azienda che fornisce servizi digitali e le aziende che ne hanno bisogno. Non bisogna infatti dimenticare che affrontare la digitalizzazione non è solo un'opportunità, ma anche una necessità: affrontarla vuol dire rimanere la passo con il tempo, non farlo significa perdere quote di mercato".

Guarda i video

Rivedi il convegno sul [canale dedicato Youtube](#).

Guarda la fotogallery

Allegati

- » [La seconda edizione di Biella Digital Summit](#)
- » [Una veduta della platea](#)
- » [L'intervento di Pier Francesco Corcione](#)
- » [L'intervento di Marco Gay](#)
- » [Un momento del primo talk](#)
- » [Un momento del secondo talk](#)
- » [Le conclusioni di Christian Zegna e Michele Tolu](#)
- » [La seconda edizione di Biella Digital Summit](#)
- » [I relatori](#)

Sito di provenienza: Unione Industriale Biellese - <https://www.ui.biella.it>