

L'intelligenza artificiale irrompe nei luoghi di lavoro. Cresce l'ottimismo delle persone

# L'IA piace. Con moderazione

## Benefici per 8 lavoratori su 10. Ma l'uomo resta centrale

Pagina a cura

DI ANTONIO LONGO

**P**er il 78% dei lavoratori italiani l'intelligenza artificiale produce più benefici che rischi ma per l'83% è necessaria una regolamentazione specifica. Inoltre, il 77% dei lavoratori ritiene che il proprio lavoro sarà trasformato da tale tecnologia mentre il 39% pensa che il proprio ruolo potrebbe non esistere più in futuro. Sono alcuni dei risultati della ricerca «AI at Work: What People Are Saying», condotta da BCG (Boston Consulting Group), in base alla quale i sentimenti dei lavoratori rispetto all'avvento dell'IA sono contrastanti e variano notevolmente in base all'anzianità e al paese di riferimento. «Il livello di preoccupazione dei dipendenti rispetto all'uso responsabile dell'IA è impressionante», commenta Paola Francesca Scarpa, managing director e partner di BCG X, «l'IA generativa ha fatto irruzione sulla scena così repentinamente nel 2022 che molte aziende stanno ancora recuperando il ritardo, mentre l'IA e una sua applicazione responsabile dovrebbero essere una priorità per tutti i leader. Le aziende non riusciranno a sfruttare appieno il potenziale dell'IA generativa finché i dipendenti potranno dubitare sull'utilizzo che la propria azienda fa di questi nuovi strumenti». Alla domanda sull'impatto dell'IA sul lavoro, nel report si evidenzia una crescita dell'ottimismo a livello globale che tocca quota 52% degli intervistati, con un salto in avanti di 17 punti rispetto al 2018. La preoccupazione, al contrario, cala marcatamente rispetto a 5 anni fa, passando dal 40% al 30%. L'Italia è in linea con i risultati globali, infatti quasi il 60% dei lavoratori si dice ottimista verso l'IA, contro circa il 30% di pessimisti.

**Il fattore umano deve rimanere centrale.** Il 73% dei business leader di tutto il mondo sente la pressione di implementare l'intelligenza artificiale nelle proprie organizzazioni ma la stragrande maggioranza è cauta nel rinunciare a troppo potere decisionale, infatti il 93% afferma che è importante che le persone mantengano la supervisione su intelligenza artificiale e machine learning nel prendere decisioni significative. A delineare tale scenario è lo studio di Workday che «conferma che l'intelligenza artificiale e il machine learning sono essenziali per avere successo nel mondo del lavoro, sempre più in costante evoluzione: questa visione viene condivisa dalla maggior parte dei dirigenti d'impresa di tutto il mondo», osserva Jens Löhmar, direttore tecnico dei paesi europei di lingua tedesca di Workday, «tuttavia, le organizzazioni stanno

Le competenze per interagire con l'IA	
<b>Pensiero critico</b>	Capacità di analizzare, filtrare e valutare le informazioni fornite dall'IA, comprenderne le limitazioni ed essere in grado di identificarne le possibili implicazioni etiche e sociali
<b>Creatività</b>	Pensare in modo creativo può aiutare a superare i limiti dell'IA, come la mancanza di comprensione del contesto, di generazione di nuove idee e di identificazione di soluzioni innovative a problemi complessi
<b>Intelligenza emotiva</b>	Capacità di comprendere le proprie emozioni e quelle degli altri, sviluppare relazioni interpersonali positive e gestire situazioni di potenziale conflitto in modo costruttivo. Per quanto possa essere evoluta, l'intelligenza artificiale non possiederà mai una competenza simile e paragonabile
<b>Collaborazione</b>	Abilità di lavorare "in team" con l'intelligenza artificiale, utilizzando le sue funzioni per migliorare l'efficienza e la produttività del lavoro di squadra
<b>Adattabilità</b>	Capacità di allinearsi rapidamente alle nuove tecnologie e ai nuovi strumenti basati sull'intelligenza artificiale, sviluppando nuove competenze e utilizzandola in modo efficiente

Fonte: Tack TMI Italy (Gi Group Holding)

riscontrando difficoltà nell'implementazione di queste tecnologie a causa di un considerevole deficit di competenze». Più del 90% degli intervistati utilizza l'intelligenza artificiale per gestire il personale, i ricavi o entrambi, mentre l'80% concorda sul fatto che IA e machine learning siano in grado di aiutare i dipendenti a lavorare meglio e a prendere decisioni migliori e più performanti. Ma solo il 29% è molto fiducioso che tali tecnologie vengano applicate nel più totale rispetto dell'etica nel business e il 72% dichiara che la propria organizzazione non ha le competenze per implementarle del tutto.

**Cambia il modo di lavorare.** La sfida per un manager delle risorse umane non è predire quanti posti di lavoro la sua organizzazione perderà o quanti l'IA ne creerà ma come dovrà cambiare il modo di lavorare. A sottolinearlo è Pietro Iurato, responsabile dello sviluppo delle risorse umane di Emea Sap. «Probabilmente alcuni lavori saranno completamente automatizzati, ma allo stesso tempo ne verranno creati altri e alcuni potrebbero non cambiare per molto tempo», osserva Iurato, «nel frattempo, alcuni o molti ruoli saranno potenziati da macchine che opereranno a fianco degli esseri umani per assisterli nelle loro attività. Con l'affermarsi dell'IA, i responsabili Hr dovranno rispondere investendo massivamente sull'aggiornamento e la riqualificazione della forza lavoro». Iurato ricorda, quindi, l'importanza di rispettare le inclinazioni dei lavoratori, abbinare le

capacità degli esseri umani all'IA per conciliare i punti di forza e le aree di miglioramento delle persone con le macchine con cui lavorano, comunicare chiaramente come verrà utilizzata la tecnologia nell'organizzazione per ridurre lo scetticismo.

**Le 5 competenze (umane) per lavorare con l'intelligenza artificiale.** Oggi solo il 20% delle aziende investe nel potenziare le competenze umane per puntare all'ibridazione uomo/macchina. Ad attestarlo è il focus dell'Osservatorio Tack TMI Italy (Gi Group Holding) che, citando il World Economic Forum, ricorda che l'integrazione delle tecnologie, tra cui l'IA, porterà il 23% dei posti di lavoro a cambiare entro il 2027 con 69 milioni di nuovi posti creati e 83 milioni eliminati. «È fondamentale comprendere che se l'intelligenza è artificiale, le skill per farla funzionare al meglio restano e resteranno quelle umane, ovvero le cosiddette competenze trasversali o soft, che oggi sono fondamentali e solide quanto quelle tecniche/hard, seppur da implementare in una nuova ottica», evidenzia Irene Vecchione, amministratore delegato di Tack TMI Italy, «lo scenario è sicuramente complesso, ma il primo passo è trovare un equilibrio tra il fattore umano e l'intelligenza artificiale». Gli esperti segnalano le cinque competenze umane più strategiche per interagire con le tecnologie di IA: il pensiero critico, ossia la capacità di analizzare, filtrare e valutare le informazioni fornite dall'IA, comprenderne le limitazioni e so-

prattutto essere in grado di identificarne le possibili implicazioni etiche e sociali; la creatività, competenza fondamentale per superare i limiti dell'IA, come la mancanza di comprensione del contesto, di generazione di nuove idee e di identificazione di soluzioni innovative a problemi complessi; l'intelligenza emotiva, ossia la capacità di comprendere le proprie emozioni e quelle degli altri, sviluppare relazioni interpersonali positive e gestire situazioni di potenziale conflitto in modo costruttivo, tutte capacità che, per quanto evoluta, l'intelligenza artificiale non possiederà mai; la collaborazione, intesa come l'abilità di lavorare "in team" con l'intelligenza artificiale, utilizzando le sue funzioni per migliorare l'efficienza e la produttività del lavoro di squadra; infine, l'adattabilità, ossia la capacità di allinearsi rapidamente alle nuove tecnologie e ai nuovi strumenti basati sull'IA.

**L'IA «seleziona» le risorse umane.** Un settore in cui l'IA ha un impatto significativo è quello delle risorse umane, in particolare nel processo di recruiting e di selezione. In tal senso, gli analisti di Factorial hanno individuato quattro punti fondamentali sull'impatto dell'IA su reclutamento e modalità con cui le organizzazioni trovano e assumono i migliori talenti. In primis, l'IA riduce i pregiudizi e garantisce la diversità, eliminando gli elementi soggettivi dal processo decisionale. Gli algoritmi possono, infatti, valutare i candidati in base a criteri oggettivi. Tuttavia, la supervisione umana rimane fon-

damentale per garantire l'equità. Inoltre, l'IA aiuta a migliorare la ricerca e la selezione dei candidati in quanto gli algoritmi possono analizzare grandi volumi di dati sui candidati in pochi minuti, identificando i profili più rilevanti in base ai requisiti specifici richiesti per la posizione di lavoro. E ancora, relativamente ad analisi e previsioni predittive, l'IA consente alle organizzazioni di prendere decisioni di assunzione basate sui dati in quanto gli algoritmi possono prevedere la necessità di assumere personale, identificare potenziali carenze di competenze e prevedere l'abbandono dei dipendenti. Infine, l'IA consente l'erogazione di programmi di formazione personalizzati, individuando il momento migliore per un dipendente per ricevere una formazione specifica.

**Il servizio clienti e l'IA.** Nell'ambito dei servizi di assistenza ai clienti, l'automazione non può essere pensata per sostituire le persone ma dovrebbe agevolarne le attività. Peraltro, i clienti vogliono comunque interagire con un essere umano. «Piuttosto che per sostituire l'intero team del servizio con bot senzienti, l'intelligenza artificiale può essere utilizzata per automatizzare le attività lunghe e ripetitive, per migliorare l'esperienza dei clienti e per creare un workflow più efficiente per gli agenti», sottolinea Cristina Fonseca, Vp of product di Zendesk, «una delle applicazioni più importanti dell'IA per le aziende è legata all'agilità dei team del servizio, soprattutto nella gestione di volumi elevati di richieste dei clienti».

**L'IA ridisegna il marketing aziendale.** Tra «apocalittici e integrati», così i lavoratori vedono l'innovazione e l'introduzione nel mondo delle aziende dell'intelligenza artificiale. E lo scenario che emerge da Stranger Skills, la ricerca realizzata da PHD Media Italia secondo cui l'IA per il 30% del campione rappresenta la principale tecnologia che verrà implementata all'interno delle imprese. «I lavori più difficilmente automatizzabili saranno quelli che richiedono competenze interdisciplinari, intelligenza emotiva e sociale», commenta Lorenzo Moltrasio, managing director PHD Media Italia, «l'IA favorirà la nascita di nuove professionalità, come per esempio nel marketing, dove molte aziende stanno cercando esperti che possano utilizzarla per migliorare le loro strategie pubblicitarie». Le principali richieste da parte delle imprese riguardano la consulenza riorganizzativa dei servizi di marketing, l'ottimizzazione della piata tecnologica esistente in azienda, la consulenza sulle tecnologie di cui dotarsi.

— © Riproduzione riservata —