

ECONOMIA | FORMAZIONE



Cisita Un nuovo corso per imprenditori e manager tenuto da Montan e Campanini

Portare l'AI in azienda Istruzioni per l'uso

di **Patrizia Ginepri**



Matteo Montan
Co-Founder di Aisemplice.biz



Filippo Campanini
Co-Founder di Aisemplice.biz

L'intelligenza artificiale non è semplicemente una tecnologia, ma un cambio di paradigma, un modo diverso di fare le cose. Per capire come funziona, la teoria non basta. Bisogna sporcarsi le mani, sperimentare direttamente. È una vera rivoluzione, che sta cambiando ogni aspetto della nostra vita, per essendo la materia ancora perlopiù sconosciuta. Servirebbe una maggiore consapevolezza riguardo alle sue potenzialità. Basti pensare, ad esempio, alle tante soluzioni per integrarla nei processi aziendali. Per questa ragione, Cisita Parma, l'ente di formazione dell'Upi e Gia, propone un viaggio dentro al mondo dell'AI, con un nuovo corso che si intitola: «Come portare l'intelligenza artificiale nella propria azienda» (per informazioni e iscrizioni, 0521/226500, cisita@cisita-parma.it). Le lezioni avranno luogo il 17, 19 e 24 marzo, con un modulo di 4 ore per ciascuna giornata e saranno tenute da Matteo Montan, giornalista che da oltre 30 anni si occupa di media e di innovazione digitale e da Filippo Campanini, che ha competenze tecniche e oltre 20 anni di esperienza internazionale nel mondo digitale. Insieme, nel settembre dello scorso anno, hanno fondato Aisemplice.biz, società che affianca le pmi nel processo di implementazione dell'intelligenza artificiale.

«Ho fatto parte del comitato scientifico del Festival "Futuro Presente", che si è svolto a Parma nell'ottobre scorso - è la premessa di Montan -, un evento dedicato a temi come etica e tecnologia, che sono anche al centro della mia iniziativa di divulgazione, [humans/AI], la newsletter che scrivo quotidianamente. Nell'incontro conclusivo del Festival, di cui mi sono occupato, si è parlato di intelligenza artificiale e, da un'indagine citata in quell'occasione,

è emerso che il 93% delle aziende di Parma, non aveva alcuna implementazione di AI. Partendo da questo dato, è nata l'idea di proporre al Cisita un corso che potesse offrire a imprenditori e manager aziendali, la possibilità di capire qual è il modo corretto di approcciare l'intelligenza artificiale e di poter scegliere, consapevolmente, come introdurla in azienda, per ottimizzare determinati processi».

La prima giornata di corso ha un taglio divulgativo, per porre le prime basi: che cos'è l'intelligenza artificiale, come funziona e quali sono le sue applicazioni e le sue implicazioni. «Occorre capire i vari impatti anche dal punto di vista culturale - spiega Montan - a cominciare da quello personale. Il cervello è plastico e, tendenzialmente, si modifica a mano a mano che si utilizzano nuove tecnologie. C'è poi la dimensione economica perché l'AI sta caratterizzando tutti i grandi investimenti che sono realizzati nel mondo in questo momento. E ancora, oltre all'impatto sociale c'è quello geopolitico, perché sul tema del dominio dell'intelligenza artificiale si stanno costruendo, di nuovo, i due blocchi Usa e Cina».

Il messaggio che si vuol far passare è che quando un imprenditore decide di integrare l'intelligenza artificiale nel

proprio business «deve sapere quali reazioni avrà l'organizzazione e quali saranno gli impatti. - avverte Montan -. A chi guida un'azienda raccontiamo che tipo di AI si può avere a disposizione, nella logica di fornire gli strumenti per scegliere. E non solo in riferimento alla produttività del singolo dipendente, ma anche a quella aziendale, dal marketing alla produzione».

La seconda e la terza parte del corso consisteranno in veri e propri laboratori, in cui sperimentare direttamente la tecnologia. «Quando andiamo in un'azienda, nell'ambito della nostra attività - spiega Campanini - cerchiamo di far toccare con mano, anche attraverso "demo" dedicate, cosa è un agente AI, come funziona e come può risolvere un problema. I due laboratori del corso sono coerenti con il nostro modo di lavorare. Dopo le informazioni di base vogliamo mostrare agli imprenditori alcuni casi reali, permettendo a tutti di metterci mano. Individuare quale sistema di AI adottare, significa dimenticare come è stato scelto un gestionale in passato, una decisione sempre demandata alle figure tecniche. Oggi l'imprenditore deve essere il primo a capire come può cambiare il modo di lavorare della sua azienda attraverso questa tecnologia. Non esiste un settore specifico. In base alle necessità, l'intelligenza artificiale è in grado di semplificare e rendere più veloce e meno costoso il processo, creando valore». Una cosa è certa: «La tecnologia c'è, le opportunità anche, quello che spesso manca è una chiara comprensione di cosa l'intelligenza artificiale può e non può fare all'interno di un'azienda - chiosa Montan -. Alla fine sono sempre le persone a decidere. In futuro ci saranno meno esecutori e più orchestratori».



C'è anche la dimensione economica perché l'AI sta caratterizzando tutti i grandi investimenti realizzati oggi nel mondo

Volumi d'affari

I salari reali? Erosi dall'inflazione



Marco Leonardi, Leonzio Rizzo «Il prezzo nascosto - Lavoro, salari e fisco nell'Italia dell'inflazione», Egea 2026.

Tra dicembre 2019 e maggio 2025 le retribuzioni contrattuali reali sono diminuite nel settore commercio del 9,7%, per i metalmeccanici del 2,6%, nel turismo dell'11,3% e del 9,3% nei multiservizi. Sono i dati contenuti nel libro di Marco Leonardi e Leonzio Rizzo. Leonardi, professore di Economia politica dell'Università di Milano, e già capo dipartimento Dipe della Presidenza del Consiglio dei Ministri, e Rizzo, professore di Scienza delle Finanze, e già componente del Clep, Comitato Cassese per la definizione dei Lep, spiegano nel loro volume perché, nonostante i parametri macroeconomici positivi degli ultimi anni, in Italia sia fortemente diminuito il potere d'acquisto delle famiglie, con i salari reali diminuiti in maniera significativa, in controtendenza rispetto ad altri Paesi con caratteristiche simili e con un sistema di contrattazione collettiva, introdotto a partire dal 1992, che ha funzionato bene in un quadro di inflazione bassa e stabile. Ma non in presenza di inflazione alta. «Se non si interviene in maniera tempestiva - spiegano gli autori - le dinamiche di perdita del potere d'acquisto rischiano di diventare permanenti». «Sono due i temi di fondo», spiega Rizzo, «non ci risulta, nonostante i proclami del governo, che il potere d'acquisto degli italiani sia migliorato. C'è da aggiungere che le relazioni industriali non hanno aiutato. Il sindacato e le altre parti sociali nel rinnovare contratti non hanno tenuto conto in modo adeguato dell'inflazione. E poi c'è il problema del fisco che non si adegua all'inflazione. Non abbiamo degli scaglioni Irpef indicizzati e questo dimostra che quando c'è un minimo di adeguamento dei salari, questi salari vengono erosi dal sistema progressivo e quindi è urgente adeguare anche il fisco al tasso di inflazione».