

# INTELLIGENT ANALYTICS PER L'IMPRESA DI OGGI E DI DOMANI

*Cresce la domanda di soluzioni tecnologiche e risorse umane in grado di capire quello che sta succedendo oggi per prepararsi meglio al domani.*

A cura di Raffaella Citterio

All'inizio si parlava di DSS, decision support system, poi si è passati alla Business Intelligence, oggi si parla di Intelligent Analytics, ma l'obiettivo è sempre lo stesso: basarsi su dati reali e certificati per prendere la decisione giusta al momento giusto, sfruttando le capacità offerte dalla tecnologia. L'enorme mole di dati che viene generata oggi all'interno e all'esterno delle aziende sta aumentando in maniera esponenziale la richiesta di soluzioni avanzate per la loro cattura, gestione e, soprattutto, analisi. Storicamente, la maggior parte di queste soluzioni è stata utilizzata per analisi di tipo descrittivo. Anche se continua ad esserci richiesta per questo tipo di soluzioni, sta crescendo rapidamente quella di tool più avanzati e predittivi, in grado cioè di evidenziare non solo quello che è successo, ma anche, e soprattutto, perché è successo e cosa potrebbe succedere in futuro. Per questo le tecnologie analitiche, seppure presenti da tempo sul mercato,

La ricerca di competenze focalizzate al digitale risente dell'esigenza delle aziende di rafforzare altre capacità, complementari al digitale e sospinte dall'urgenza di aggiornare modelli di business e processi decisionali collaudati

stanno vivendo una seconda giovinezza dovuta all'impiego sempre più sistematico di funzionalità di intelligenza artificiale in grado di migliorarne le funzionalità.

## Le previsioni di IDC

Secondo IDC entro il 2020 in Europa il 75% degli sviluppatori (ISV e aziendali) includerà tecnologie di cognitive computing, machine learning e intelligenza artificiale in almeno una applicazione, comprese tutte le soluzioni di analytics. Inoltre, la promessa che advanced e predictive analytics unitamente a tecnologie cognitive e di intelligenza artificiale possano fornire consigli e assistenza non solo ai data scientist ma a tutti coloro che in qualche modo sono coinvolti nei processi decisionali di una azienda sta ulteriormente alimentando gli investimenti su questo fronte. Sempre secondo IDC, nelle aziende italiane la spesa per soluzioni di advanced e predictive analytics sfiorerà i 100 milioni di euro nel 2020, mentre nel

2017 la spesa italiana per questa tipologia di strumenti si è attestata sugli 83 milioni di euro. Il mercato italiano è destinato a crescere in linea con quello europeo: le ultime rilevazioni di IDC vedono il mercato europeo delle soluzioni di advanced e predictive analytics crescere dai 991 milioni di euro del 2017 ai 1.150 milioni di euro nel 2020.

## A caccia di skill

Per trarre un reale valore dai dati con cui ogni giorno ciascuno, in azienda, è chiamato a confrontarsi servono competenze digitali sempre più capillari, non tanto e non solo per creare applicazioni o gestire sistemi, ma anche, e soprattutto, per servirsene con efficacia: per comunicare, vendere, produrre, amministrare, gestire il personale, e così via. Alla sfida di investire nelle competenze specialistiche, si aggiunge quindi quella di adeguare i percorsi formativi e sostenere l'aggiornamento digitale di milioni di lavoratori attraverso la formazione continua. Sono que-





ste le conclusioni della quarta edizione dell' "Osservatorio delle Competenze Digitali" condotto dalle principali associazioni ICT italiane - AICA, Anitec-Assinform, Assintel e Assinter Italia - con il supporto di CFMT, Concommercio, Confindustria e in collaborazione con il Miur (ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca) e Agid, che ha esteso l'osservazione alle professioni non informatiche. L'osservazione si è avvalsa di 'elaborazioni big data' di informazioni contenute in 540.000 ricerche di personale via web avvenute nel 2017, e di ulteriori rilevazioni e focus group per i settori dell'industria, del commercio e dei servizi.

La ricerca ha analizzato i diversi tipi di competenze digitali richieste: Applicate (capacità di usare strumenti e software nei processi operativi e decisionali), Tecniche e ICT (vicine alle specialistiche, su soluzioni e piattaforme tecnologiche), di Base (per l'uso quotidiano di strumenti informatici) e di Brokeraggio Informativo (utilizzo di strumenti informatici per lo scambio di informazioni e la comunicazione). È interessante osservare il peso che vanno assumendo gli skill trasversali nelle richieste delle aziende: nel commercio si attesta al 35,1%, nei servizi al 32,2% e nell'industria al 28,3%. Tra gli skill trasversali più significativi estratti dagli annunci presi in esame spiccano, tra gli altri, la capacità di adattarsi al cambiamento, la conoscenza dell'inglese, una mentalità orientata alla risoluzione dei problemi, capacità creative e di comunicazione, nonché, naturalmente, sapere analizzare i problemi e trovare soluzioni adeguate.

### Un percorso graduale

Secondo lo studio, benché la consapevolezza del valore del digitale stia crescendo in tutti gli ambiti lavorativi, permangono notevoli difficoltà a integrare i nuovi modelli associati al paradigma digitale con l'insieme delle pratiche, delle visioni e delle culture aziendali in essere. La stessa ricerca di competenze focalizzate al digitale risente dell'esigenza delle aziende di rafforzare altre capacità, complementari al digitale e sospinte dall'urgenza di aggiornare modelli di business e processi decisionali collaudati.

La diffusione di casi di successo in tema di transizione digitale si accompagna alla consapevolezza che il valore creato dal digitale è associato alla crescita della 'complessità utile', e cioè al graduale, ancorché irreversibile, aumento nel tempo della varietà, della variabilità, dell'interdipendenza e dell'indeterminazione di prodotti, processi, relazioni e conoscenze, che caratterizza la traiettoria della digitalizzazione. Sono tre, secondo la ricerca, le leve attraverso cui il digitale crea valore dalla complessità: la propagazione su scala globale delle conoscenze; l'estensione dei sistemi automatici di gestione della complessità, che viene gradualmente resa governabile grazie agli automatismi introdotti dal digitale stesso; l'esplorazione della complessità attraverso l'interazione tra macchine e uomini e tra gli stessi uomini in forma sempre più collaborativa.

### Ambiti di intervento

Tutte le evidenze dello studio portano a vedere il digitale come componente indispensabile e sempre più importante in tutti i mestieri, sia nella old che nella new economy. È dunque importante che tutti possano adeguare e arricchire il portafoglio di conoscenze e competenze, così come è importante che le aziende possano reperire profili sempre più aggiornati in chiave digitale.

A questo riguardo, l'Osservatorio ha identificato almeno quattro ambiti su cui impostare nuove iniziative e rafforzare quelle esistenti:

- **rinnovare i percorsi di formazione** in ottica digitale a tutti i livelli: dalla scuola secondaria all'università, dalla riconversione professionale alla formazione del management;
- **ridurre l'eterogeneità** nella domanda di competenze digitali nelle professioni, a livello settoriale, funzionale o territoriale;
- **sostenere la piena valorizzazione** delle opportunità di lavoro legate a competenze digitali non specialistiche, anche nei settori non tecnologici;
- **spingere le capacità di e-leadership e change management** nei ruoli dirigenziali delle aziende pubbliche e private di ogni dimensione, perché è il management che deve stimolare l'innovazione.