

Indagine Conoscitiva sul rapporto tra Intelligenza Artificiale e mondo del lavoro, con particolare riferimento agli impatti che l'IA generativa può avere sul mercato del lavoro

XI Commissione (Lavoro pubblico e privato)
Camera dei Deputati

Premessa

Assocontact è l'Associazione Nazionale che nel sistema di Confcommercio rappresenta i Business Process Outsourcing (BPO); è una realtà associativa volta a favorire la promozione e lo sviluppo professionale dei Contact Center per la fornitura di servizi di data & customer management a grandi imprese private e Pubblica Amministrazione.

L'Intelligenza Artificiale sta rivoluzionando prepotentemente il mondo del lavoro, ma gli effetti si chiariranno solo nei prossimi anni. **Esistono però alcuni settori – come quello dei Call e Contact Center – in cui le soluzioni basate sull'AI sono già una realtà consolidata.** Per questo è molto importante che la Commissione Lavoro Pubblico e Privato della Camera abbia avviato una discussione sul rapporto tra Intelligenza Artificiale e mondo del lavoro, ponendo attenzione al nostro settore, che da diversi anni svolge un **ruolo strategico nel processo di transizione digitale del Paese ed è tra i principali investitori in tecnologia e innovazione nel comparto dei servizi.**

Contesto generale di riferimento

I Contact Center sono l'infrastruttura informativa e tecnologica che mantiene viva la relazione tra cittadini e istituzioni, consumatori e brand. È uno degli ultimi punti di contatto non digitali e non automatici in cui una persona risponde a



un'altra persona aiutandola a capire cosa fare e come farlo in diversi campi, tra cui l'accesso ai servizi essenziali, le interazioni con la Pubblica Amministrazione o l'assistenza per l'uso di beni primari come la telefonia, l'elettricità e il gas, i servizi bancari e assicurativi e via discorrendo. Assistenza *one to one* in un Paese - è bene ricordarlo - che per il 25% è composto da over 65 e in cui meno della metà della popolazione in età da lavoro ha competenze digitali di base.

Dietro le migliaia di voci al telefono - la famigerata punta dell'iceberg - che rispondono a milioni di richieste ogni giorno **c'è una storia di innovazione tecnologica e digitale testimoniata da un dato: in 20 anni il settore ha un trend di investimenti pari a +8% su una media nazionale che si ferma al +0.7%**. Parliamo di Data Center, software house, piattaforme di monitoraggio web e social, centinaia di applicativi e, per l'appunto, soluzioni basate sull'Intelligenza Artificiale.

Tuttavia, il BPO viene comunemente confuso con il *telemarketing illegale* ed è quindi associato ai concetti di "sfruttamento", "molestia", "truffa", "telefonificio". Per questo vorrei partire da alcuni dati dello studio econometrico condotto da Assocontact e The European House - Ambrosetti nel 2022, dal titolo "*Il contributo dei Contact Center all'economia e alla digitalizzazione del Paese*" per fornire qualche numero sul valore reale dei Contact Center in Italia.

Il settore è formato da circa 1.400 aziende, ha un fatturato complessivo vicino ai 3 miliardi di euro. Da solo e solo nel 2020 ha erogato oltre 1 miliardo di euro di salari e contributi.

Il valore dei Contact Center sta anche nei livelli occupazionali che esprime: 184.000 professionisti diretti, indiretti e indotti di cui circa 80.000 solo nei Contact Center. In tutti i parametri critici nazionali, si registrano livelli record rispetto alle medie nazionali: +34% nell'occupazione femminile; +17% in quella giovanile. Giusto per fare un esempio, parliamo di più posti di lavoro di quanti ne



dia l'industria siderurgica o l'industria delle bevande. Il 94% dei posti di lavoro poi è a tempo indeterminato – e oltre la metà è nel Sud Italia.

Tuttavia dallo Studio emerge il così detto "*Paradosso dei BPO*": **nessuna delle aziende riesce a trattenere al suo interno un valore pari o maggiore a quello che esprime verso gli stakeholder e i territori, innescando una crisi di sistema ininterrotta da circa 20 anni.** Non è questa la sede per discutere delle ragioni del paradosso ma vale la pena sottolinearne una: abbiamo migliaia di persone che ne assistono milioni affinché queste si orientino e partecipino a una società e a un'economia digitali ma i protagonisti di quest'economia digitale - i grandi Committenti pubblici e privati - non vogliono e non possono permettersi i modelli di business tipici delle società *labour intensive* come le nostre. In sintesi: **i BPO sono pagati pochissimo rispetto al valore che creano per i clienti e per i cittadini.**

Anche i BPO, dunque, **per sopravvivere e garantire la propria sostenibilità economica nel tempo, hanno iniettato dosi massicce di tecnologie nei propri processi produttivi e hanno automatizzato porzioni sempre crescenti dei propri servizi alla clientela.**

Bisogna ora distinguere tra le Intelligenze Artificiali già in uso e i nuovi orizzonti. Nelle prime annovererei tutte le soluzioni di Robotic Process Automation, l'Analisi dei Dati e l'elaborazione degli Insight e, forse, anche il riconoscimento automatico del linguaggio parlato e scritto. **Si tratta di soluzioni già adottate da più di dieci anni che hanno l'obiettivo di diminuire la quantità di tempo impiegato dal dipendente in attività routinarie e di basso valore.** Sono soluzioni accettate e incoraggiate dai nostri professionisti che **ne traggono benefici concreti, si impegnano in attività più complesse, ricavandone maggiore soddisfazione professionale ed economica.** In media l'automazione di un processo riduce i costi correlati del 30 – 35%. **L'analisi dei dati mediante AI contribuisce ad aumentare efficacia ed efficienza, migliora l'esperienza cliente e riduce il churn – il tasso di**



abbandono di un cliente; anche in questo caso si tratta di un'implementazione tecnologica a supporto diretto del consulente telefonico (tecnologia che computa al suo posto ma non compete per il suo posto di lavoro).

Diverso è il discorso per **l'AI impiegata nel riconoscimento del linguaggio naturale parlato e scritto e per quella generativa** connessa ai Large Language Models, come ChatGpt o Bard, per citare i più noti. **L'impatto della nuova AI Generativa nel Contact Center dovrebbe essere esaminato secondo quattro diverse dimensioni:**

- a) lavoro
- b) sicurezza dei dati
- c) produttività e competitività
- d) qualità dei servizi

L'AI che implementa le soluzioni di riconoscimento del linguaggio parlato (chatbot e virtual agent) rientrano nei **servizi di self-care**. Secondo uno studio BCG **entro il 2026 l'85% delle interazioni dovrebbe passare dal tradizionale canale telefonico alle interazioni digitali automatiche. Il che racconta dei benefici percepiti dagli utenti, ma anche della possibile emersione di esuberi strutturali – si stima almeno il 30% della forza lavoro**; esuberi solo in parte riassorbibili a fronte di investimenti in upskilling e reskilling, capaci di generare oltre un miliardo di costi solo in politiche passive del lavoro e incentivi all'esodo.

Ma questo è già un ritratto "acquarellato" rispetto alle fotografie nitide che stanno emergendo da quando è esploso ChatGPT.

Secondo lo studio internazionale BCG, **la "prima" rivoluzione di AI ha sì sostituito parte dei consulenti telefonici – ma per funzionare correttamente aveva comunque bisogno di un tipo di assistenza e supervisione di secondo livello che ha permesso il reimpiego della**



maggior parte dei professionisti a rischio. Oggi, invece, **l'AI generativa è totalmente autonoma – e molto più efficace – sia nel raccogliere e consolidare le informazioni, sia nella loro verifica e in servizi aggiuntivi** come la traduzione simultanea, l'analisi del sentiment, l'individuazione della next best action di marketing e vendita, sia infine **in tutte le fasi della comunicazione**, anche di quella iper-personalizzata: dall'elaborazione del messaggio, all'erogazione fino alla ripetizione e alla spiegazione con nuove espressioni.

Non si hanno a disposizione numeri dettagliati – anche se Gartner ha stimato in 80 miliardi il risparmio apportato dall'AI generativa nei costi del lavoro nel settore in tutto il mondo - ma **il Customer Care è inserito dalla stessa Open AI** – la società di sviluppo di ChatGPT – **tra i lavori più a rischio di sostituzione – anche considerando il cosiddetto fenomeno della "uberizzazione dei Contact Center", possibile grazie alla convergenza di più tecnologie**, come per esempio l'AI generativa e i servizi in Cloud, **che favoriscono la remotizzazione del lavoro non solo "da casa", ma da qualunque parte del mondo, permettendo di abbattere i costi del lavoro, di sfruttare legislazioni più fragili, di aggirare i costi in sicurezza, e di approfittare di ogni sorta di vantaggio competitivo a discapito della tutela dei diritti dei lavoratori e della ricerca della qualità per i cittadini.**

Da un altro punto di vista, **tutte le aziende hanno bisogno di recuperare produttività, anche i Contact Center.** Uno studio di Brynyolfsson uscito in aprile 2023 sull'impatto dell'AI su una delle aziende leader di Call Center negli USA ha dimostrato che **l'AI generativa può determinare +14% di produttività, specialmente quando usato in supporto agli operatori.** Più gli operatori sono giovani, maggiore è l'impatto positivo che un'Intelligenza Artificiale generativa porta. Usare l'AI generativa come co-pilot per il training dei neoassunti è in effetti un trend consolidato anche in altre multinazionali, come le principali Tech Company americane. **Ma proprio una di queste ha contestualmente dichiarato che non intende più assumere personale per**



Le attività di back office, riducendo del 30% la propria forza lavoro in questa area in cui i compiti sono facilmente automatizzabili tramite AI Generativa. Quindi ciò che oggi è un Co-Pilot, domani è un competitor.

Inoltre, i giganti della tecnologia, americani e non solo, sicuramente non europei, sono oggi i principali fornitori tecnologici dei Contact Center. Il che ci offre la possibilità di tematizzare la prossima criticità: **la sicurezza di dati e reti**. Che ne sarà del vantaggio competitivo contenuto nei dati degli italiani, dei loro comportamenti di consumo e delle strategie commerciali – per esempio – delle nostre Energy, quando tutte queste informazioni finiranno nei Data Base dei colossi mondiali? **Bisogna ricordarsi che i Contact Center sono la chiave di volta di un arco informazionale che in modo bidirezionale procede da e verso il cittadino e da e verso i Top Player privati e la PA. Sono uno snodo strategico e frammentato, poco difeso dall'attuale regolamentazione italiana e poco compreso nel suo ruolo di "middleware".**

L'affidabilità delle fonti interrogate – e quindi l'accuratezza delle informazioni erogate, in combinazione con i bias cognitivi inerenti **l'addestramento e l'assenza di trasparenza e consapevolezza su come i dati vengano raccolti, archiviati e utilizzati**, completano lo spettro di problematiche legate a un'adozione rapida e non regolamentata di questa tecnologia.

Le proposte

A fronte di questo complesso intreccio tra fattori critici e vantaggi connessi con l'implementazione e l'adozione di soluzioni basate sull'AI generativa nel settore dei Contact Center in Italia, riteniamo urgente suggerire un framework di interventi che favorisca la ricerca di soluzioni di sistema.

- 1) C'è un grande bisogno di una **legge complessiva di riordino e rilancio del BPO**, per impostare linee guida e armonizzare i diversi interventi che



si rendono necessari per fronteggiare il cambiamento in atto. Questa Legge potrebbe introdurre, per esempio, **l'obbligo di pronta risposta per i Contact Center inbound, nonché l'obbligo a far intervenire un operatore umano qualora ne venga fatta espressa richiesta**. Ciò risponde alla ratio di **tutelare le persone fragili e tutelare i livelli occupazionali minacciati dalla corsa all'automazione**.

- 2) Il **sostegno all'employability e all'outplacement dei lavoratori**. Nella stessa cornice normativa si suggerisce di inserire **risorse** (o altro tipo di facilitazioni) **per la formazione continua, per l'istituzione di un Registro delle Competenze o altro sistema di certificazione e professionalizzazione** e per la **costituzione di un fondo per gli ammortizzatori sociali strutturali da destinare a quella parte di popolazione che non potrà più essere riassorbita**. Da un lato serve accompagnare la riqualificazione dei consulenti telefonici verso nuove forme di competenze digitali o nuovi compiti abilitati dall'interazione con l'intelligenza artificiale generativa; dall'altro occorre predisporre subito un *paracadute* per quegli esuberi strutturali che già sono realtà.
- 3) Non si può mentire dicendo che il passaggio a una società e a un'economia digitali e data driven saranno a costo sociale zero. Ma si può cominciare a pensare a un **nuovo modo di coniugare il lavoro, ampliando gli strumenti di flessibilità e correlando formazione, produttività e retribuzione**. Servono contratti collettivi e contratti aziendali che recepiscano queste istanze di modernizzazione dei rapporti di lavoro, che provino ad aumentare i salari collegandoli agli aumenti di produttività, che rendano la formazione permanente un diritto/dovere imprescindibile e centrale, che diano ai lavoratori effettiva voce e rappresentanza dentro gli organi di governo delle società per cui lavorano.

- 4) Serve un **Osservatorio permanente o un Tavolo di Lavoro per articolare le direttive europee** (Digital Market Act & AI Act in primis) con le specifiche del settore e monitorare i continui cambiamenti in corso.
- 5) Servono **sostegni economici** (es. fondi pubblici per la R&S) **e legislativi** (diritto all'innovazione) **per sperimentare servizi innovativi in ottica Data Driven e Data Economy.**
- 6) **Servono politiche di *reshoring* e di protezione del mercato italiano per evitare l'impovertimento del nostro tessuto economico e la crescita senza controllo di Call e Contact Center fuori dai confini europei e, quindi, fuori dalle maglie di sicurezza garantite dal GDPR e dagli altri sistemi di controllo,** ivi inclusi i Codici di Condotta (codici che Assocontact ha contribuito a redigere con il GPDP e con AGCOM ma che hanno bisogno oggi della spinta gentile della politica affinché diventino strumenti di uso comune e elementi distintivi nelle gare pubbliche e nelle procedure private di acquisto di servizi).