



Camera dei Deputati

Audizione della XI Commissione Lavoro pubblico e privato

Indagine conoscitiva sul rapporto tra intelligenza artificiale e mondo del lavoro, con particolare riferimento agli impatti che l'intelligenza artificiale generativa può avere sul mercato del lavoro.

Relazione Prof. Piermario Tedeschi

*Fondatore e Managing Director **Digital Angels***

Mercoledì, 13 marzo 2024

Onorevole Presidente Rizzetto,
Onorevoli Vicepresidenti Gribaudo e Nisini,
Onorevoli deputate e deputati,

Desidero manifestare la mia gratitudine al Presidente Rizzetto e alla Commissione per avermi concesso l'opportunità di condividere le mie esperienze e prospettive nell'ambito di questa indagine conoscitiva sull'intelligenza artificiale ed agli impatti che l'intelligenza artificiale generativa può avere sul mercato del lavoro in Italia.

Sono Piermario Tedeschi, fondatore e amministratore di Digital Angels ed Adjunct Professor presso la Luiss Business School, nella quale mi occupo di digital marketing. La mia esperienza sia come imprenditore nel settore digitale, sia come accademico, mi offre un punto di vista unico su questo argomento che spero possa essere utile alla costruzione di un dibattito.

Digital Angels, agenzia di marketing con sedi a Roma e Milano, in 10 anni ha raggiunto un fatturato di 20 milioni di euro e oggi impiega oltre 70 giovani professionisti e manager, rappresentando un'eccellenza italiana nel mondo digital. Siamo certificati come partner premium da tutte le più grandi aziende del settore: Google, Meta, Microsoft, Amazon, TikTok, Spotify ed altre.

In agenzia, l'Intelligenza Artificiale sta già dimostrando il suo potenziale nel nostro lavoro quotidiano non solo a beneficio dei colleghi, la cui produttività è aumentata, ma anche a beneficio dei progetti svolti e dei risultati raggiunti per i nostri Clienti, generando un impatto positivo sulla loro capacità di crescere e di creare nuovi posti di lavoro.

Il legame tra produttività e intelligenza artificiale

Desidero ora condividere una riflessione sull'interconnessione tra produttività e intelligenza artificiale. Numerosi studi evidenziano come l'Italia abbia registrato un declino nelle classifiche economiche negli ultimi 30 anni, attribuendo tale fenomeno alla mancanza di crescita della nostra produttività. Anche la commissione ne parla nel programma relativo a questa audizione.

Nello specifico, a novembre 2023, il Financial Times¹ ha pubblicato un'ampia analisi che evidenzia come il PIL aggregato dei paesi europei, che nel 2013 era pari al 90% di quello USA, sia sceso al 65% nel 2023, e tale divario aumenta se guardiamo il PIL pro-capite americano diventato quasi il doppio di quello europeo.

Tale disparità deriva dal fatto che i vantaggi della “prima rivoluzione tecnologica” - intesa come l'avvento del computer e la diffusione di Internet, che hanno aumentato la produttività e la competitività di tutte le aziende, non solo nel settore digitale - sono stati assorbiti nel sistema produttivo americano in modo più precoce e completo rispetto all'Europa. Il dato rilevante attualmente richiama l'attenzione sulle carenze del passato, quando l'Italia ha mancato l'opportunità di capitalizzare sulle rivoluzioni tecnologiche, compromettendo così la propria crescita economica, aumentando ancor di più il digital - gap.

A supporto di questa tesi, già 10 anni fa, il collega Prof. Enrico Moretti, economista e professore dell'Università di Berkeley, spiegava nel suo libro “*La nuova geografia del lavoro*”² come ogni nuovo posto di lavoro nel settore digitale genera ulteriori cinque posti di lavoro cosiddetti tradizionali.

Concordo con l'affermazione che considera il PIL generato dal digitale e dalla tecnologia come il Prodotto Interno Lordo Buono, quel PIL che permette di riconoscere salari alti, migliorare il benessere, arricchire la cultura ed il tessuto sociale dello stato sociale. Attualmente, rappresenta uno dei più veloci ascensori sociali³ ancora disponibili in Italia.

In definitiva, vedo nell'adozione dell'Intelligenza Artificiale un'opportunità imperdibile per colmare il divario di produttività che, come precedentemente evidenziato, affligge da anni il sistema produttivo italiano.

¹ “What the US got right that Europe did not” <https://www.ft.com/content/7240265e-0157-428b-9c47-fb07c360dfc2>

² “La nuova geografia del lavoro”

https://books.google.it/books/about/La_nuova_geografia_del_lavoro.html?id=hvm2NAEACAAJ&redir_esc=y

³ Ascensore sociale [https://www.treccani.it/vocabolario/ascensore-sociale_\(Neologismi\)/](https://www.treccani.it/vocabolario/ascensore-sociale_(Neologismi)/)

Incentivi a supporto dell'adozione dell'IA e della formazione nelle aziende

Desidero presentare alla vostra attenzione la proposta relativa a valutare l'introduzione di incentivi dedicati alle PMI finalizzati all'adozione dell'Intelligenza Artificiale e alla promozione della formazione aziendale, con l'obiettivo di incentivare l'innovazione in Italia.

Da accademico, sento di poter confermare che le Università e i centri di ricerca stanno già compiendo sforzi significativi raggiungendo ottimi risultati. Dal sito del Ministero dell'Università e Ricerca è possibile constatare che ad oggi circa il 50% delle Università italiane, pubbliche e private, ha integrato nella propria offerta formativa un corso di laurea sull'intelligenza artificiale. Ad esempio, presso l'Università Luiss, sono stati avviati due corsi di Laurea in Artificial Intelligence e Computer Science⁴, ed è stata creata una vera e propria scuola di programmazione gratuita denominata Luiss 42⁵.

Oltre ai corsi specifici, inoltre, la Luiss ha integrato l'Intelligenza Artificiale in tutta l'offerta formativa, proponendo corsi di programmazione e integrando elementi teorici e pratici in altre discipline. Ad esempio, all'interno del mio corso di Digital Marketing⁶, presso l'Università, abbiamo introdotto un laboratorio pratico sull'Intelligenza Artificiale che ha suscitato notevole interesse ed entusiasmo tra gli studenti.

Detto ciò, ritengo che la questione non risieda nell'offerta formativa, già ampia e in costante crescita, bensì nella possibilità per le aziende di poter contare sugli incentivi per investire nella formazione del proprio personale.

Un programma di incentivazione rivolto alle PMI nell'ambito dell'Intelligenza Artificiale - prendendo spunto, ad esempio, dalle iniziative passate come Industria 4.0 o dai bonus recentemente introdotti in altri settori - potrebbe generare un impatto doppiamente positivo sul sistema produttivo italiano, in termini di:

- aumento di produttività, competenze e mantenimento degli attuali posti di lavoro;
- crescita economica, PIL aggregato e creazione di nuovi posti di lavoro.

Inoltre, sarebbe opportuno promuovere un approccio open-source all'Intelligenza Artificiale, facilitando la collaborazione tra aziende, istituzioni accademiche e società civile. Tale modello potrebbe contribuire a democratizzare l'accesso alla tecnologia,

⁴ Laurea Triennale Management and Artificial Intelligence <https://www.luiss.it/ammissione/offerta-formativa/laurea-triennale/management-and-artificial-intelligence>

⁵ 42 Roma è la scuola di coding rivoluzionaria e gratuita <https://42roma.it>

⁶ Corso Digital Marketing <https://www.luiss.it/cattedreonline/corso/M515IT/0/LM19KMR/2022>

incoraggiare lo sviluppo di prodotti di qualità superiore e coinvolgere una vasta gamma di attori nello sviluppo dell'IA. Questo sarebbe vantaggioso non solo per le grandi aziende, ma anche per le PMI, accelerando l'automazione delle attività e dei processi anche a livello territoriale.

Solo grazie a tale approccio si potrebbe ipotizzare una diffusione equa e socialmente sostenibile dell'Intelligenza Artificiale, promuovendo l'applicazione di questa tecnologia il più ampiamente possibile. Ciò renderebbe l'IA uno strumento per il riposizionamento dei lavoratori verso attività ad elevato valore aggiunto, anziché costituire una minaccia per l'occupazione.

Ritengo che gli incentivi per l'Intelligenza Artificiale, quindi, non debbano essere considerati come un mezzo per agevolare i soggetti del mercato, bensì come un sostegno alle imprese impegnate in progetti innovativi, al fine di favorire la loro redditività e la riqualificazione della forza lavoro.

Sono convinto che la sfida a cui saranno chiamate le aziende - e, se mi è concesso, anche il legislatore - non consista necessariamente nell'acquisire una comprensione della tecnologia e dell'innovazione, bensì nell'adoperarle nel modo più efficace possibile affinché producano effetti positivi sul paese, sui cittadini, sulle imprese, sull'economia e sul benessere generale.

Questi principi potrebbero rappresentare il fondamento per un nuovo strumento di politica economica, che prepari il sistema territoriale ad affrontare la rivoluzione indotta dall'IA, ponendo la PA come catalizzatore e promotore di competenze con il fine ultimo di preservare gli attuali posti di lavoro e generarne di nuovi.

Limiti ed opportunità della formazione

I principali elementi guida per l'adozione della formazione nelle aziende sono:

- Sensibilizzazione sulle opportunità formative, soprattutto tra i piccoli imprenditori;
- Potenziamento delle competenze digitali, anche tra soggetti meno giovani e meno qualificati;
- Promozione della collaborazione tra aziende e istituzioni accademiche, tra start-up e centri di ricerca, con un forte legame con il territorio.

Se confrontiamo la formazione continua ed in azienda con l'approccio della formazione erogata in corsi finanziati, è opportuno evidenziare che in passato alcuni programmi formativi finanziati dall'Unione Europea che si rivolgono ad i NEET ed o alla generalità dei cittadini non sono stati così efficaci. Alcune critiche mosse a questo tipo di corsi, infatti, sottolineano lo scarso impegno, la poca partecipazione ed attenzione degli studenti durante i corsi, che non sempre ha portato ai risultati sperati in termini di sbocchi lavorativi.

Posti di lavoro

Esistono preoccupazioni sulla possibile perdita di posti di lavoro, su cui desidero rassicurarvi.

È importante considerare che lo sviluppo e l'applicazione dell'Intelligenza Artificiale stanno gradualmente diventando sempre più diffusi e accessibili. Alcuni strumenti sono già intuitivi e di facile utilizzo, come i motori di ricerca, i navigatori, gli assistenti vocali e i traduttori. Si pensi a come alcune innovazioni che in passato sembravano riservate a pochi esperti sono ora utilizzate ampiamente dalla popolazione generale: dai computer e i programmi di scrittura e fogli di calcolo degli anni '90, all'Internet e alle email degli anni 2000, fino ai social network, agli smartphone e alle relative app degli anni 2010 che oggi sono ampiamente utilizzati da tutte le fasce di età della popolazione attiva, anche le più prossime alla pensione.

Nell'immediato alcuni posti di lavoro saranno soppiantati dall'intelligenza artificiale, ma l'implementazione di questi sistemi, la gestione ed il controllo di questi processi, la crescita derivata dall'incremento di produttività avranno ricadute positive con creazione di nuovi posti di lavoro e con un incremento dei salari.

Prevedo che l'IA diventerà altrettanto accessibile, fungendo da ponte generazionale e che incrementerà la produttività di tutte le fasce dei lavoratori, dalle più giovani alle

più mature. Il legame tra produttività e posti di lavoro è stato più volte dimostrato, sia nella letteratura accademica, sia nella pratica, con gli esempi delle nazioni più virtuose.

Regolamentazione, etica e privacy

È opportuno regolare l'IA senza limitarne il potenziale. Ritengo che la regolamentazione dell'IA debba essere condotta con sicurezza, trasparenza e controllo. Dobbiamo incentivare un suo utilizzo corretto: è il futuro del mondo occupazionale che lo richiede.

Da sempre, mi impegno per promuovere una maggiore cultura e consapevolezza riguardo a questi strumenti, non solo tra gli addetti ai lavori e le grandi aziende, ma anche tenendo conto delle implicazioni per le fasce più vulnerabili della popolazione.

Ad esempio, nel 2023, Digital Angels è stata tra i firmatari del Privacy Tour promosso dal Garante della Privacy, con l'obiettivo di sensibilizzare sull'importanza della tematica in tutto il territorio italiano, con particolare attenzione al meridione.

Inoltre, nello stesso anno abbiamo collaborato con Luiss e Google in un progetto volto alla Protezione dei dati dei minori, coinvolgendo oltre 100 insegnanti delle scuole secondarie superiori sull'importanza di un uso corretto della tecnologia e dei dati personali, specialmente tra le giovani generazioni.

Made in Italy

L'IA ha già raggiunto ambiti di applicazione significativa all'interno delle catene del valore dei settori caratteristici del Made in Italy, assumendo un ruolo di fondamentale importanza nell'ambito delle riflessioni e dello sviluppo di politiche economiche nel nostro Paese.

L'innovazione dell'IA non si limita ai servizi, ma si estende anche al settore primario della produzione e a quello secondario della trasformazione. È importante sottolineare che l'Italia rimane la seconda economia manifatturiera in Europa.

Il Made in Italy ha consolidato il proprio vantaggio competitivo da anni, basandosi su attributi di qualità ed eccellenza. Questa strategia è stata adottata anche per rispondere alle pratiche di dumping praticate da paesi con bassi costi del lavoro o economie di scala notevolmente più grandi rispetto all'Italia. L'IA dovrà essere utilizzata per rafforzare il vantaggio competitivo della qualità, ma anche per diminuire lo svantaggio sui prezzi e le economie di scala.

Conclusioni

Desidero concludere affermando che non dobbiamo considerare l'Intelligenza Artificiale come una minaccia, bensì dovremmo accogliere il suo vasto potenziale collaborando insieme per massimizzare i benefici per la nostra società ed economia. Sono convinto che il lavoro svolto da questa Commissione possa contribuire a definire una politica economica in grado di preparare il nostro Paese per una nuova rivoluzione digitale, in cui l'IA e l'Italia possano svolgere un ruolo da protagoniste.

Dobbiamo riacquistare fiducia e orgoglio nel nostro sistema produttivo e riconoscere il valore aggiunto che da italiani possiamo offrire investendo nel futuro, ricollocando l'Italia al centro delle trasformazioni rivoluzionarie industriali.

Vi ringrazio per la vostra cortese attenzione.

Prof. Piermario Tedeschi

Piermario Tedeschi

Dopo diverse esperienze all'estero (Madrid, New York e Londra 2 anni) torna in Italia nel 2012, dove ha fondato e dirige Digital Angels.

Piermario Tedeschi è membro della Faculty della Luiss Business School come Adjunct Professor, dove insegna Digital Marketing in vari master e corsi, tra cui EMBA, MBA, Executive Master in Marketing Management, Master in Marketing Management, Master in Sport Management ed altri.

Dal 2017 è Professore a contratto presso l'Università Luiss Guido Carli e dal 2022 è titolare del corso "Digital Marketing" in italiano ed inglese, della Laurea Magistrale in Marketing, presso il Dipartimento di Impresa e Management.

Ha all'attivo alcune pubblicazioni scientifiche, ha insegnato in diverse università e business school italiane, tra cui: Sapienza Università di Roma, Università degli Studi Roma 3, Università del Salento, SDA Bocconi, Scuola Politecnica di Design di Milano, 24ORE Business School, Intesa Sanpaolo Formazione.

Ha progettato ed organizzato corsi di formazione e convegni per istituzioni ed associazioni nazionali in Italia ed all'estero, è public speaker a numerosi eventi del settore digital. Ha un lungo track record di successi nella gestione di progetti di marketing e campagne pubblicitarie in Italia ed all'estero.

Digital Angels

DAs è un'agenzia di marketing integrata con uffici a Roma, Milano specializzata in 6 aree: Strategy, Creativity, Social Media Marketing, Media Planning offline e online, Consulenza SEO e Data&Analytics. DAs è un'eccellenza italiana nel digitale, ed è certificata come premium partner da tutte le principali aziende tecnologiche quali Google, Meta, Amazon, Microsoft, TikTok, Spotify ed altre.

Oggi conta più di 70 Angels, un fatturato di € 20M ed è stata selezionata tra le aziende a maggior tasso di crescita in Italia ed Europa secondo le classifiche di Financial Times (2019, 2020, 2021 e 2024), Deloitte (2018 e 2019), Il Sole 24 ORE (per 5 volte consecutive, dal 2020 al 2024) e La Repubblica Affari & Finanza (per 4 volte consecutive, dal 2020 al 2023).

Contatti: p.tedeschi@digitalangels.com, www.linkedin.com/in/piermariotedeschi