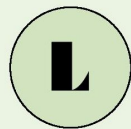


Così l'intelligenza artificiale resta in panchina



e imprese e le cooperative italiane sono davvero pronte a gestire l'avvento dell'intelligenza artificiale? A leggere i dati dell'indagine *La formazione nelle*

micro, piccole e medie imprese italiane, analisi e prospettive, la risposta è no. Sul fronte delle imprese, la propensione alla formazione cresce con la dimensione aziendale, ma resta limitata: tra le medie aziende, il 19% ha già avviato corsi sull'AI, il 37% prevede di farlo entro un anno, mentre il 44% non ha in programma nessuna attività. La percentuale di disinteresse sale al 65% tra le piccole imprese (dove solo il 6% ha corsi attivi e il 29% li pianifica) e raggiunge il 71% tra le microimprese (5% corsi avviati, 24% pianificati). Quanto alle cooperative, invece, nelle medie si registra la quota più alta di percorsi già attivi (34%), ma il 66% non prevede di attivare corsi di formazione entro l'anno. Nelle piccole cooperative i corsi sono attivi nel 5% dei casi, previsti nel 10% e non in programma nell'85%. Il freno più netto si registra nelle micro-cooperative dove non risultano esserci percorsi attivi e solo il 25% prevede di attivare dei percorsi entro un anno.

I dati fotografano un ritardo evidente che, tuttavia, «non sorprende», spiega **Francesco Seghezzi**, presidente di Adapt, Associazione per gli studi internazionali e comparati sul diritto del lavoro e sulle relazioni industriali. «Il problema principale non è mai la tecnologia in sé, ma il modo in cui le aziende la integrano nell'organizzazione del lavoro», sottolinea, richiamando alla necessità di un approccio pragmatico. «Nelle imprese, e in quelle più piccole in particolar modo, le competenze restano ancora concentrate nelle mani di pochissime persone. Manca una vera percezione del potenziale e delle opportunità che uno strumento di questo tipo può offrire ai processi produttivi». Un ritardo che appare ancora più problematico se si considera il costo di questi interventi: «Parliamo di percorsi di formazione sostenibili e non onerosi per le imprese», prosegue Seghezzi. Quali sono, allora, gli ostacoli? Tra le ragioni principali, emergono la mancanza di tempo e risorse, il non sapere da dove iniziare o a chi rivolgersi, l'assenza di un'offerta adeguata alle specifiche esigenze del proprio settore e in modo particolare l'idea che l'intelligenza artificiale non avrà impatti significativi sulla loro attività nel breve periodo. (A.S.)