

RASSEGNA STAMPA

IL DIGITALE CHE VOGLIAMO. Le sfide del sistema Paese tra politiche UE e nuove frontiere tecnologiche



Ottobre 2023

INDICE

Testate cartacee

<i>Il Sole 24 Ore</i> – Italia più digitale ma rincorre sulla intelligenza artificiale	3
<i>La Repubblica</i> – Tlc, salgono i limiti elettromagnetici ma sotto la media UE	4
<i>Italia Oggi</i> – Boom di ricerche online sull'intelligenza artificiale	5
<i>Italia Oggi</i> – Il digitale? Arma a doppio taglio	6

Testate online

<i>Italia Oggi</i> – Boom di ricerche online sull'intelligenza artificiale	8
--	---

Agenzie di stampa

<i>Askanews</i> – I-Com: cresce l'interesse per l'IA, boom di ricerche online	9
<i>9colonne</i> – Digitale, I-Com: Italia sale a 16° posizione in Europa grazie a sviluppo 5G	12

Italia più digitale ma rincorre sulla intelligenza artificiale

Ict

L'Ultrabroadband Index (Ibi) redatto da I-Com vede il Paese 16esimo in Europa

In Italia il 6% delle imprese usa tecnologie intelligenti e il dato è sotto la media Ue

Italia sedicesima in Europa per sviluppo delle reti e dei servizi digitali. Cresciuta molto rispetto agli anni passati (nove posizioni guadagnate fra il ranking del 2021 e quello del 2023), anche se la posizione di metà classifica resta un punto sul quale lavorare e da cui, con un punteggio di 51, si guarda da lontano la battistrada Danimarca (78) seguita da Paesi Bassi (73) e Spagna (67), ma altrettanto distante appare il fanalino di coda Grecia (36).

I dati sono contenuti nel rapporto I-Com "Il digitale che vogliamo. Le sfide del sistema Paese tra politiche UE e nuove frontiere tecnologiche" che sarà presentato oggi a Roma dal think tank guidato dall'economista Stefano da Empoli. L'indice, arrivato alla sua decima edizione, è pensato per riassumere le informazioni riguardanti domanda e offerta di connettività negli Stati membri della Ue.

Ebbene, scrive I-Com, la performance italiana è riconducibile a vari fattori, tra i quali risulta determinante la crescita della copertura 5G così come il passo in avanti nel campo dell'e-government con oltre il 40% degli italiani che ha interagito con la

Pa via web (anche se il dato resta inferiore alla media Ue) e la diffusione delle reti fisse, indicate dalla copertura cresciuta su Vhcn e Ftp a livello rurale. Una testimonianza, questa, dell'evoluzione dei piani di cablatrice nelle aree grigie e bianche.

In definitiva, secondo I-Com l'Italia continua a posizionarsi nel cluster dei Paesi *fast movers*: ossia quelli che, pur partendo da livelli di sviluppo digitale inferiore alla media, presentano una buona dinamica di crescita nel tempo.

C'è però un secondo capitolo dello studio, visionato in anteprima dal Sole 24 Ore, che restituisce un sapore perlopiù acre: sull'intelligenza artificiale, vero driver dell'impegno sul fronte digitale, l'Italia al momento sembra più che altro rincorrere. In questo quadro i dati dicono che quello dell'intelligenza artificiale è un mercato mondiale che toccherà i

241,8 miliardi di dollari entro la fine del 2023. E che ha grandi margini di crescita: +17,3% di tasso medio annuo fino a raggiungere un volume di mercato di 738,8 miliardi di dollari entro il 2030. Nel confronto globale, gli Stati Uniti coprono il 36% del mercato, seguiti da Cina (12%), Germania (4%) e Regno Unito (4%). L'Italia non va oltre il 2%, posizionandosi comunque all'ottavo posto a pari merito con l'Australia.

Limitandosi al segmento dell'intelligenza artificiale generativa, il segmento è destinato a esplodere, partendo da una dimensione di mercato di "soli" 40 miliardi di dollari di ricavi nel 2022 e arrivando fino a 1,3 trilioni di dollari nei prossimi 10 anni, con +42% di tasso di crescita media annua. La Germania è il più grande mercato dell'intelligenza artificiale generativa, coprendo il 22% del business nella Ue, seguita da Francia (14%) e Italia (10%).

I-Com riporta infine una survey di McKinsey contenuta nello studio "The state of AI in 2022—and a half decade in review", secondo cui l'adozione dell'intelligenza artificiale da parte delle imprese di tutto il mondo è più che raddoppiata in soli 6 anni. Ma nella Ue solo l'8% delle aziende ha adottato almeno una tecnologia IA. Il tasso di adozione più elevato si registra in Danimarca, dove circa un'impresa su quattro ha fatto uso di almeno una tra le tecnologie intelligenti più comuni. In fondo alla classifica si trova la Romania (1,5%). L'Italia è sotto la media Ue, con circa il 6% delle imprese che ha adottato almeno una tra le tecnologie di intelligenza artificiale a disposizione.

—A. Bio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Dopo la Germania e la Francia, l'Italia è terza nella Ue per uso dell'intelligenza artificiale generativa

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

LE INFRASTRUTTURE

Tlc, salgono i limiti elettromagnetici ma sotto la media Ue

Rialzo più soft rispetto alle bozze precedenti per lo sviluppo del 5G
Urso: "Così l'Italia è più competitiva"

di Alessandro Longo

ROMA – Un primo passo, piccolo ma epocale, per portare i limiti elettromagnetici italiani ai livelli richiesti dall'industria delle telecomunicazioni per diffondere le reti 5G; quelle di nuova generazione necessarie allo sviluppo economico del Paese.

In sede di commissione, il Senato ha approvato l'emendamento al disegno di legge Concorrenza che per la prima volta in 23 anni aumenta i limiti elettromagnetici delle antenne per i servizi mobili. Un rialzo ridotto rispetto a quanto previsto in precedenti bozze (di questo Governo e di precedenti), mai passate: i limiti passeranno dagli attuali 6 volt a 15 volt al metro.

Di preciso, l'emendamento stabilisce che entro 120 giorni dall'entrata in vigore della legge, «per potenziare la rete mobile e garantire a utenti e imprese l'offerta di servizi di connettività di elevata qualità, senza pregiudizio per la salute pubblica» i limiti sono adeguati «alla lu-

ce delle più recenti e accreditate evidenze scientifiche, nel rispetto delle regole, delle raccomandazioni e delle linee guida dell'Unione europea». Quelle evidenze e quelle raccomandazioni internazionali secondo cui andrebbero bene anche limiti di almeno dieci volte superiori agli attuali; la media nei Paesi europei si attesta sui 61 volt al metro.

Se (come si presume) questi 120 giorni passeranno senza una decisione, l'emendamento odierno prevede che i limiti siano fissati a 15 volt al metro, quindi un quarto rispetto alla media Ue.

La norma ora deve passare anche in sede plenaria del Parlamento ma l'idea è che si sia raggiunto così, finalmente, un compromesso che dovrebbe tenere sino alla fine e quindi diventare legge. La conferma è anche nelle immediate parole del ministro delle Imprese e del Made in Italy Adolfo Urso: «Questa misura rappresenta una svolta importante per lo sviluppo del Paese: migliorerà la connettività mobile sul territorio, garantendo una qualità di servizi superiore per i cittadini e

consentirà alle imprese di diventare più competitive. L'avevamo detto e l'abbiamo fatto. Questo è il governo del fare», ha commentato.

Fare sì, ma con moderazione. Poco entusiasti i primi commenti che arrivano dall'industria delle telecomunicazioni – durante l'evento Icom (Istituto della competitività) a Roma. «Gli effetti saranno limitati, l'Italia continuerà ad accumulare ritardi rispetto al resto d'Europa sul fronte della crescita e dell'innovazione», ha detto Roberto Basso, di Wind Tre. «Passo epocale, ma speriamo che sia solo il primo», ha aggiunto Michelangelo Suigo, di In-

wit, operatore specializzato in infrastrutture di reti mobili.

«Davvero troppo poco, servono almeno limiti di 24 volt al metro», ha aggiunto Maurizio Dècina, professore emerito del Politecnico di Milano, uno dei padri delle telecomunicazioni italiane. «Avremmo potuto fare di più? Forse, ma bisogna considerare che sul tema c'è grande attenzione da parte dell'opi-

nione pubblica», ha commentato Massimo Milani (Fratelli d'Italia). «È un primo passo: vediamo se l'opinione pubblica in materia cambia», ha aggiunto il parlamentare.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il numero

15

La misura

I limiti elettromagnetici in Italia passeranno da 6 a 15 volt al metro, al di sotto delle bozze precedenti al testo approvato ieri in sede di commissione al Senato, ma comunque di un quarto inferiore rispetto alle medie dei Paesi europei

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



Boom di ricerche online sull'intelligenza artificiale

Il lancio di ChatGPT ha fatto impennare l'interesse per l'intelligenza artificiale. Proprio in concomitanza con il lancio del chatbot sviluppato da OpenAI, tra il terzo e il quarto trimestre 2022, si è registrato infatti un boom di ricerche online negli Stati Uniti, Francia e Italia, come evidenzia il rapporto annuale dell'Istituto per la Competitività (I-Com) presentato ieri a Roma.

L'indagine condotta da ByTck e I-Com prende in considerazione cinque Paesi (Italia, Stati Uniti, Francia, Germania e Spagna) con l'obiettivo di comprendere quanto sia centrale il tema dell'intelligenza artificiale.

Parametrando i dati alla popolazione, nel primo semestre del 2023 ad aprire la classifica sono gli Usa, con oltre 60 mila ricerche ogni 100.000 abitanti, seguiti da Francia e Italia, con rispettivamente 51.506 e 33.550.

In Italia, Spagna, Francia e Germania la maggioranza delle ricerche relative alle opportunità dell'IA riguarda le possibilità di impiego. Solo negli Usa si concentrano sulle opportunità di investimento nel settore. Nella Penisola il 34% delle ricerche relative alla paura dell'IA riguarda il rischio di perdere il posto di lavoro a causa dell'avvento delle nuove tecnologie.

«L'ultimo anno, con il fenomeno di ChatGPT e di altri tool generativi, ha ampiamente dimostrato come l'intelligenza artificiale abbia il potenziale per essere la principale tecnologia general purpose della nostra generazione e probabilmente delle prossime», ha commentato il presidente I-Com Stefano da Empoli. Tuttavia, «contrariamente alla stragrande maggioranza degli Stati membri Ue, l'Italia non si è ancora dotata di una vera e propria strategia IA, che per essere definita tale deve disporre di un adeguato orizzonte temporale e spaziale, risorse proprie nonché un meccanismo di governance che ne governi e monitori l'attuazione».

Gli Stati Uniti coprono il 36% del mercato IA, seguiti da Cina (12%), Germania (4%) e Regno Unito (4%). L'Italia non va oltre il 2%, posizionandosi comunque all'ottavo posto a pari merito con l'Australia.

Per quanto riguarda invece la copertura della rete 5G, l'Italia si posiziona tra i Paesi best mover, passando dalla ventesima alla sedicesima posizione nell'indice I-Com, che misura lo sviluppo del digitale in Europa.

— © Riproduzione riservata — ■

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



I pro e i contro delle tecnologie negli studi di Cefriel, Salesforce, Anitec-Assinform e I-Com

Il digitale? Arma a doppio taglio

L'IA può essere un valore verso i clienti. Ma dev'esserci etica

Pagina a cura
DI ANTONIO LONGO

Le tecnologie digitali, in particolare l'Intelligenza artificiale, stanno rivoluzionando anche i settori del mercato più tradizionali e hanno trasformato anche la customer experience, cioè l'esperienza vissuta dai clienti in relazione al marchio o all'impresa, consentendo alle aziende di raccogliere, analizzare e utilizzare i dati dei clienti per offrire esperienze personalizzate, fornire assistenza immediata e creare interazioni coinvolgenti. Ma l'uso non etico dell'IA generativa mette a repentaglio la fiducia dei consumatori stessi. Opportunità e rischi circa l'utilizzo dell'IA sono evidenziati, rispettivamente, nel white paper di Cefriel "Customer Experience come potenziarla grazie alla Intelligenza artificiale" e nella nuova edizione del report "State of the Connected Customer". L'indagine condotta a livello globale da Salesforce. Tutto ciò in un contesto quale quello italiano in cui il mercato dell'IA ha più che raddoppiato il valore (+128%) tra il 2020 e il 2023, in base a quanto emerge dal white paper "L'IA in azione" di Anitec-Assinform. Mentre a livello globale, secondo quanto rilevato da I-Com, si assiste a un vero e proprio boom di ricerche online sui temi dell'IA.

L'IA aiuta il marketing aziendale. L'uso del digitale nelle varie fasi dell'esperienza del cliente, dalla consapevolezza all'acquisto fino all'utilizzo e al supporto post-vendita, permette alle aziende di raccogliere dati da diverse fonti, quali per esempio transazioni, interazioni sui social media, recensioni. Tali dati possono essere analizzati utilizzando strumenti di Intelligenza artificiale in modo tale da comprendere meglio i bisogni, le preferenze e i comportamenti dei clienti. L'adozione dell'IA permette anche di identificare gli ostacoli e i punti di frizione durante tutta l'esperienza d'acquisto e modelli per identificare azioni di miglioramento. A rilevarlo sono gli esperti di Cefriel secondo cui le imprese che perseguono un approccio customer centric, focalizzandosi cioè sull'esperienza che il cliente

live, hanno la possibilità di cogliere opportunità come acquisire un vantaggio sulla concorrenza, ac-

celerare i processi decisionali di modifica o evoluzione di prodotti e servizi e, pertanto, diventare aziende più flessibili al cambiamento, più efficienti e sostenibili. «È straordinario il potenziale dell'Artificial Intelligence per il futuro dell'esperienza del cliente, del servizio e per il marketing più in generale», sottolinea Clara Failla, responsabile dell'unità prodotto ed esperienze di Cefriel. «In un mercato sempre più competitivo, sfruttare tutto il potenziale dell'AI può essere determinante per far emergere un'azienda rispetto ai suoi concorrenti».

La fiducia è fondamentale. Con un'adozione sempre crescente dell'Intelligenza artificiale, le aziende potranno trovarsi ad affrontare una crisi di fiducia da parte dei loro clienti. Il 94% dei consumatori italiani vuole, infatti, sapere quando sta comunicando con un'Intelligenza artificiale. L'uso non etico dell'IA generativa mette, quindi, a repentaglio la fiducia dei consumatori. E quanto emerge dalla lettura dei contenuti del report di Salesforce secondo cui il 55% dei consumatori italiani afferma che una maggiore visibilità rafforza la loro fiducia nei confronti dell'Intelligenza artificiale. Peraltro, i consumatori hanno sentimenti e opinioni contrastanti nei confronti dell'Intelligenza artificiale generativa. In generale, però, in tutti i 25 paesi presi in esame dall'indagine è

la curiosità a prevalere. Una tendenza che si rispecchia anche nei dati italiani che evidenziano come il 66% dei consumatori si dichiara curioso nei confronti dell'IA generativa, a dispetto di un 35% che si dice più sospettoso e un 45% ottimista. Per il 73% dei consumatori italiani la principale preoccupazione è che le aziende utilizzino l'Intelligenza artificiale in modo non etico. Inoltre, per tre consumatori italiani su cinque i progressi dell'Intelligenza artificiale rendono ancora più importante che le aziende a cui si rivolgono debbano godere della loro fiducia. Infine, l'89% dei consumatori italiani confida di interagire immediatamente quando contatta un'azienda, il 63% preferisce metodi di comunicazione diversi in base al contesto e il 74% si aspetta che le aziende si adattino alle loro preferenze. «I dati evidenziano chiaramente che per le

aziende è giunto il momento di puntare sulla creazione di customer experience sicure, innovative ed efficienti, mettendo la fiducia dei consumatori in prima posizione», osserva Maurizio Capobianco, vicepresidente dell'area vendite di Salesforce Italia. «Se le aziende spiegano chiaramente il motivo per cui richiedono dati personali, è più probabile che i loro clienti si fidino di loro, aumentando le opportunità di creare ottime esperienze di vendita e servizio. Essere leader di mercato significa oggi fare leva su valori forti e scegliere un uso etico delle tecnologie emergenti come l'Intelligenza

artificiale generativa».

Crescita esponenziale del mercato dell'IA. Il mercato italiano dell'IA ha raggiunto 435 milioni di euro nel 2022, con una crescita del 32% rispetto al 2021. Per il 2023 si prospetta un valore di 570 milioni di euro, con una crescita stimata del 31% sull'anno precedente. Tra il 2020 e il 2023 il mercato ha più raddoppiato il suo valore, registrando un aumento del 128%. Le stime indicano che nei prossimi anni il mercato dell'IA proseguirà su tale traiettoria di crescita, con un tasso di crescita annuo medio del 28,9% fino al 2026, raggiungendo un volume di 1,2 miliardi di euro. Sono i dati pubblicati da Anitec-Assinform, l'Associazione italiana per l'Information and communication technology, secondo cui, però, nonostante la notevole crescita, il mercato italiano presenta ancora un volume complessivo limitato, infatti la diffusione dell'IA tra le aziende italiane, in particolare nel segmento delle Pmi, è ancora ridotta. Secondo dati Istat del 2021, solo il 6,2% delle aziende italiane con almeno 10 addetti ha integrato soluzioni basate sull'IA, con una netta prevalenza delle grandi (24,3%), mentre la percentuale scende al 5,4% per le piccole imprese tra 10 e 49 addetti. Banking, telecomunicazioni e media sono i settori economici che guidano la sperimentazione dell'IA, con entrambi i settori che evidenziano un volume di mercato oltre gli 80 milioni di euro e un tasso di crescita superiore al 30%. Altri settori, come la

sanità, la manifattura e le assicurazioni, mostrano tassi di crescita significativi, con volumi di mercato che oscillano tra i 30 e i 50 milioni di euro. «L'Intelli-

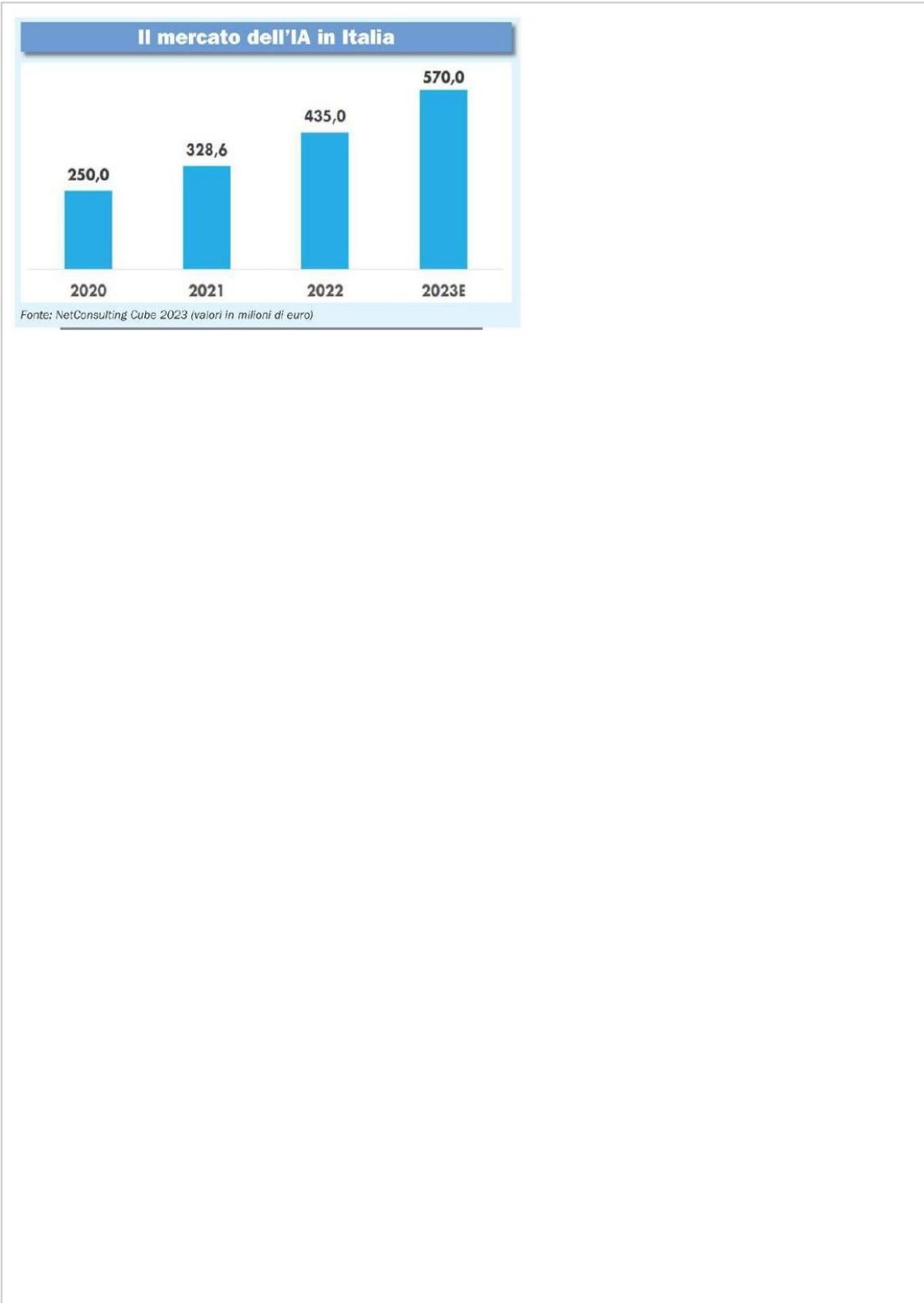
genza artificiale sta innovando tutti i settori e può garantire la competitività delle imprese italiane nel prossimo futuro», commenta Marco Gay, presidente di Anitec-Assinform. «Oggi dobbiamo, però, far sì che la sua adozione diffusa diventi un obiettivo chiave per l'Italia».

Boom di ricerche sull'IA. Crescita esponenziale anche delle ricerche online sui temi dell'IA in Stati Uniti, Francia e Italia. In dettaglio, parametrando i dati alla popolazione, nel primo semestre del 2023 ad aprire la classifica sono gli Usa, con oltre 60 mila ricerche ogni 100 mila abitanti, seguiti da Francia e Italia, rispettivamente con 51.506 e 33.950 ricerche effettuate. Impennata che si è soprattutto registrata in coincidenza con il lancio di ChatGPT. E quanto emerge dai dati contenuti nella quindicesima edizione del rapporto "Il digitale che vogliamo. Le sfide del sistema Paese tra politiche Ue e nuove frontiere tecnologiche", realizzato dall'Istituto per la competitività (I-Com) in base ai quali si rileva anche, a partire dal secondo trimestre del 2022, un incremento delle ricerche online relative a corsi di formazione sull'IA. Ma, come evidenziano gli analisti, le ricerche online evidenziano anche un sentimento di paura nei confronti delle tecnologie IA. In particolare, in Italia il 34% delle ricerche relative alla paura dell'IA riguarda il rischio di perdere il posto di lavoro a causa dell'avvento delle nuove tecnologie. «L'ultimo anno, con il fenomeno di ChatGPT e di altri tool generativi, ha ampiamente dimostrato come l'Intelligenza artificiale abbia il potenziale per essere la principale tecnologia della nostra generazione e probabilmente delle prossime», commenta il presidente I-Com Stefano da Empoli. «Preoccupa, però, il ritardo dell'Unione europea in primis rispetto agli Stati Uniti e a seguire dalla Cina ma perfino da paesi di dimensioni minori come Canada, Regno Unito e Israele».

© Agnieszka Krawiec



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

Italia Oggi – 28 ottobre 2023 - <https://www.italiaoggi.it/news/boom-di-ricerche-online-sull-intelligenza-artificiale-2616737>

Boom di ricerche online sull'intelligenza artificiale

Il lancio di ChatGPT ha fatto impennare l'interesse per l'intelligenza artificiale. Proprio in concomitanza con il lancio del chatbot sviluppato da OpenAI, tra il terzo e il quarto trimestre 2022, si è registrato infatti un boom di ricerche online negli Stati Uniti, Francia e Italia, come evidenzia il rapporto annuale dell'Istituto per la Competitività (I-Com) presentato ieri a Roma. L'indagine condotta da ByTek e I-Com prende in considerazione cinque Paesi (Italia, Stati Uniti, Francia, Germania e Spagna) con l'obiettivo di comprendere quanto sia centrale il tema dell'intelligenza artificiale. Parametrando i dati alla popolazione, nel primo semestre del 2023 ad aprire la classifica sono gli Usa, con oltre 60 mila ricerche ogni 100.000 abitanti, seguiti da Francia e Italia, con rispettivamente 51.506 e 33.950. In Italia, Spagna, Francia e Germania la maggioranza delle ricerche relative alle opportunità dell'IA riguarda le possibilità di impiego. Solo negli Usa si concentrano sulle opportunità di investimento nel settore. Nella Penisola il 34% delle ricerche relative alla paura dell'IA riguarda il rischio di perdere il posto di lavoro a causa dell'avvento delle nuove tecnologie. «L'ultimo anno, con il fenomeno di ChatGPT e di altri tool generativi, ha ampiamente dimostrato come l'intelligenza artificiale abbia il potenziale per essere la principale tecnologia general purpose della nostra generazione e probabilmente delle prossime», ha commentato il presidente I-Com Stefano da Empoli. Tuttavia, «contrariamente alla stragrande maggioranza degli Stati membri Ue, l'Italia non si è ancora dotata di una vera e propria strategia IA, che per essere definita tale deve disporre di un adeguato orizzonte temporale e spaziale, risorse proprie nonché un meccanismo di governance che ne governi e monitori l'attuazione». Gli Stati Uniti coprono il 36% del mercato IA, seguiti da Cina (12%), Germania (4%) e Regno Unito (4%). L'Italia non va oltre il 2%, posizionandosi comunque all'ottavo posto a pari merito con l'Australia. Per quanto riguarda invece la copertura della rete 5G, l'Italia si posiziona tra i Paesi best mover, passando dalla ventesima alla sedicesima posizione nell'indice I-Com, che misura lo sviluppo del digitale in Europa.

I-Com: cresce l'interesse per l'IA, boom di ricerche online. I-Com: cresce l'interesse per l'IA, boom di ricerche online Italia dalla 20ma alla 16ma posizione in Europa con sviluppo 5G

Roma, 27 ott. (askanews) - Tutti pazzi per l'intelligenza artificiale. Il numero totale di ricerche effettuate in rete sull'IA ha subito una vera e propria impennata tra il terzo e il quarto trimestre 2022, periodo che ha coinciso con il lancio di ChatGPT. Gli Stati Uniti guidano la classifica con il maggior numero di ricerche in termini assoluti. Parametrando le ricerche totali sull'IA rispetto alla popolazione, nel primo semestre 2023 gli Stati Uniti continuano a rappresentare la nazione in cui si è registrato il maggior interesse generale verso l'argomento, con oltre 60 mila ricerche ogni 100.000 abitanti. Seguono la Francia e l'Italia con rispettivamente 51.506 e 33.950 ricerche pro-capite effettuate.

Sono questi alcuni dei dati contenuti nel rapporto dal titolo "Il digitale che vogliamo. Le sfide del sistema Paese tra politiche UE e nuove frontiere tecnologiche" realizzato dall'Istituto per la Competitività (I-Com), think tank guidato dall'economista Stefano da Empoli con base a Roma e Bruxelles, nell'ambito dell'Osservatorio annuale sulle reti e i servizi di nuova generazione. Lo studio, giunto alla XV edizione e curato dallo stesso da Empoli insieme alla vicepresidente I-Com Silvia Compagnucci e al direttore Area Digitale I-Com Domenico Salerno, è stato presentato a Roma presso la Coffee House di Palazzo Colonna nel corso di un convegno pubblico a cui hanno preso parte oltre trenta relatori tra accademici, esperti e rappresentanti delle istituzioni, della politica e del mondo delle imprese. L'Osservatorio è stato promosso in collaborazione con Eolo, Google, Iliad, Inwit, Open Fiber, Opnet, Qualcomm e WINDTRE.

In particolare, l'indagine condotta da ByTek e I-Com prende in considerazione cinque Paesi (Italia, Stati Uniti, Francia, Germania e Spagna) con l'obiettivo di comprendere quanto sia centrale il tema dell'intelligenza artificiale soprattutto in un momento storico, come quello attuale, molto particolare, in cui il lancio di ChatGPT di Open AI e poi quello di Google Bard hanno acceso i riflettori su questa nuova frontiera tecnologica e influenzato la percezione degli individui. L'analisi, basata su dati raccolti in rete da Bytek, valuta la dinamica del volume delle ricerche effettuate sul motore di ricerca di Google in termini di argomenti relativi all'IA.

Un altro aspetto da tenere in considerazione riguarda la formazione. In tutti i Paesi analizzati si nota a partire dal secondo trimestre 2022 un incremento delle ricerche online relative a corsi di formazione di vario tipo (inclusi quelli universitari) sull'IA. Anche in questo caso, gli Stati Uniti guidano la graduatoria. Tuttavia, in termini relativi, anche la Francia mostra particolare interesse nei confronti della formazione in IA con 7 ricerche online ogni 100.000 abitanti collocati nella fascia d'età lavorativa. Ciò è sicuramente correlato alle opportunità specie professionali che questa nuova frontiera tecnologica può offrire. In particolare, in Italia, Spagna, Francia e Germania, la stragrande

maggioranza delle ricerche relative alle opportunità dell'IA riguarda appunto la possibilità di impiego nel settore dell'IA. Solo negli Stati Uniti, le ricerche si concentrano prevalentemente su informazioni relative ad opportunità di investimento nel settore.

Il dibattito sull'intelligenza artificiale non si ferma però solo alle opportunità, ma prende in considerazione anche i rischi ad essa associati. Dalle ricerche online correlate a un sentimento di paura nei confronti delle tecnologie IA si sottolinea che queste sono in aumento in tutti i Paesi analizzati, pur mantenendosi a un livello ancora piuttosto basso. Negli Stati Uniti riguardano 27 ricerche su 100.000 abitanti, seguono poi la Francia e la Spagna con 20, mentre l'Italia si ferma a 17. Nella Penisola il 34% delle ricerche relative alla paura dell'IA riguarda il rischio di perdere il posto di lavoro a causa dell'avvento delle nuove tecnologie.

"L'ultimo anno, con il fenomeno di ChatGPT e di altri tool generativi, ha ampiamente dimostrato come l'intelligenza artificiale abbia il potenziale per essere la principale tecnologia general purpose della nostra generazione e probabilmente delle prossime", ha commentato il presidente I-Com Stefano da Empoli. "Preoccupa però il ritardo dell'Unione europea in primis rispetto agli Stati Uniti e a seguire dalla Cina ma perfino da Paesi di dimensioni minori come Canada, Regno Unito e Israele. Dei due pilastri della strategia UE del 2018, investimenti e regole, si è proceduti con decisione sul secondo fronte mentre il primo, nonostante gli incrementi registrati, ha segnato il passo rispetto alle enormi risorse messe in campo in particolare dagli USA. In tutto questo, contrariamente alla stragrande maggioranza degli Stati membri UE, l'Italia non si è ancora dotata di una vera e propria strategia IA, che per essere definita tale deve disporre di un adeguato orizzonte temporale e spaziale, risorse proprie nonché un meccanismo di governance che ne governi e monitori l'attuazione. Nulla di tutto questo si può ascrivere al Piano strategico licenziato alla fine del 2021 del Governo Draghi. Appare dunque ora di porre rimedio dotando finalmente il Paese di una vera e propria strategia IA".

L'interesse nei confronti delle numerose applicazioni IA è confermato anche dai dati. Stando ad alcune stime, si prevede che il mercato mondiale dell'intelligenza artificiale toccherà i \$241,80 miliardi entro la fine del 2023 e crescerà ad un tasso di crescita annuale (CAGR 2023-2030) del 17,3%, raggiungendo un volume di mercato di \$738,80 miliardi entro il 2030. Nel confronto globale, gli Stati Uniti coprono il 36% del mercato IA, seguiti da Cina (12%), Germania (4%) e Regno Unito (4%). L'Italia non va oltre il 2%, posizionandosi comunque all'ottavo posto a pari merito con l'Australia. Il mercato è fortemente trainato dall'IA generativa che copre, infatti, il 19% del mercato IA totale nel 2023 e secondo le stime arriverà ad un'incidenza del 28% entro il 2030. Tra i principali Stati membri, la Germania è il più grande mercato dell'IA generativa (22% del mercato totale europeo), seguita da Francia (14%) e Italia (10%).

Sul fronte degli investimenti venture capital in IA, gli Stati Uniti impiegano circa cinque volte l'importo speso in Cina e undici volte di quello nell'UE. Tra i Paesi europei, la Francia, la Germania e la Svezia si collocano sul podio coprendo circa il 65% degli investimenti VC totali in UE. L'Italia si classifica in ottava posizione dietro a Romania, Spagna e Irlanda. In un panorama internazionale che

incentra gran parte della propria competitività sullo sviluppo e l'offerta delle nuove tecnologie e dei servizi correlati, lo sviluppo di reti di telecomunicazione capillari e performanti costituisce una condizione imprescindibile per l'Unione Europea in generale e per l'Italia in particolare. Secondo l'I-Com Ultrabroadband Index (IBI) 2023, l'indice sintetico elaborato da I-Com per fotografare lo sviluppo delle reti e dei servizi digitali nei mercati nazionali europei, la nuova edizione conferma nuovamente in testa la Danimarca, con un punteggio pari a 78, seguita da Paesi Bassi e Spagna. Quest'ultima recupera ben due posizioni rispetto al 2021, a svantaggio della Svezia che retrocede in sesta posizione. Al di là del podio, i progressi più impressionanti sono quelli della Francia e di Cipro, che guadagnano 11 posizioni, e dell'Italia e dell'Irlanda, che risalgono la classifica di ben 9 gradini dal 2021 al 2023, con l'Italia passata dalla ventesima alla sedicesima posizione.

In particolare, la performance italiana è riconducibile a molteplici fattori, tra i quali risulta determinante l'imponente crescita della copertura 5G, che dall'8% delle aree popolate e dallo 0% rurale nel 2020 raggiunge quasi il 100% nel 2022. La classifica per la componente dell'offerta è ancora una volta dominata da Danimarca, Paesi Bassi e Spagna, così come la classifica generale. L'Italia si trova al dodicesimo posto, con un salto di 12 posizioni rispetto al 2021 e di 2 rispetto al 2022. Sul versante della domanda, il vertice della classifica continua ad essere appannaggio della Svezia sia per l'ampia diffusione dell'e-commerce e soprattutto dell'e-government sia per l'elevato numero di famiglie che hanno sottoscritto servizi di connettività di banda larga. L'Italia, invece, non tiene il passo degli altri paesi membri, rimanendo relegata al ventitreesimo posto in classifica, davanti solo a Slovacchia, Grecia, Romania e Bulgaria. Gli indicatori relativi all'e-government, all'e-commerce e alle competenze sono decisamente al di sotto della media europea anche se, tuttavia, per ognuno di questi si evidenzia un miglioramento rispetto al passato. In controtendenza rispetto a questo scenario negativo è il dato relativo alla digitalizzazione delle imprese. In questo caso, infatti, l'Italia è al di sopra della media europea (94%), con una porzione pari al 98% delle imprese aventi una connessione in banda larga.

In conclusione, l'Italia continua a posizionarsi nel cluster dei Paesi fast movers, ossia quelli che, pur partendo da livelli di sviluppo digitale inferiore alla media, presentano una buona dinamica di crescita nel tempo. Indubbiamente, questo risultato è guidato dai progressi ottenuti sul lato dell'offerta, specie per quanto riguarda la copertura della rete 5G, dove l'Italia si posiziona tra i Paesi best movers.



9colonne - DIGITALE, I-COM: ITALIA SALE A 16MA POSIZIONE IN EUROPA GRAZIE A SVILUPPO 5G

(9Colonne) Roma, 27 ott- Tutti pazzi per l'intelligenza artificiale. Il numero totale di ricerche effettuate in rete sull'IA ha subito una vera e propria impennata tra il terzo e il quarto trimestre 2022, periodo che ha coinciso con il lancio di ChatGPT. Gli Stati Uniti guidano la classifica con il maggior numero di ricerche in termini assoluti. Parametrando le ricerche totali sull'IA rispetto alla popolazione, nel primo semestre 2023 gli Stati Uniti continuano a rappresentare la nazione in cui si è registrato il maggior interesse generale verso l'argomento, con oltre 60 mila ricerche ogni 100.000 abitanti. Seguono la Francia e l'Italia con rispettivamente 51.506 e 33.950 ricerche pro-capite effettuate. Sono questi alcuni dei dati contenuti nel rapporto dal titolo "Il digitale che vogliamo. Le sfide del sistema Paese tra politiche UE e nuove frontiere tecnologiche" realizzato dall'Istituto per la competitività (I-Com), think tank guidato dall'economista Stefano da Empoli con base a Roma e Bruxelles, nell'ambito dell'Osservatorio annuale sulle reti e i servizi di nuova generazione. Lo studio, giunto alla XV edizione e curato dallo stesso da Empoli insieme alla vicepresidente I-Com Silvia Compagnucci e al direttore Area Digitale I-Com Domenico Salerno, è stato presentato oggi a Roma presso la Coffee House di Palazzo Colonna nel corso di un convegno pubblico a cui hanno preso parte oltre trenta relatori tra accademici, esperti e rappresentanti delle istituzioni, della politica e del mondo delle imprese. L'Osservatorio è stato promosso in collaborazione con Eolo, Google, Iliad, Inwit, Open Fiber, Opnet, Qualcomm e Windtre. In particolare, l'indagine condotta da ByTek e I-Com prende in considerazione cinque Paesi (Italia, Stati Uniti, Francia, Germania e Spagna) con l'obiettivo di comprendere quanto sia centrale il tema dell'intelligenza artificiale soprattutto in un momento storico, come quello attuale, molto particolare, in cui il lancio di ChatGPT di Open AI e poi quello di Google Bard hanno acceso i riflettori su questa nuova frontiera tecnologica e influenzato la percezione degli individui. L'analisi, basata su dati raccolti in rete da Bytek, valuta la dinamica del volume delle ricerche effettuate sul motore di ricerca di Google in termini di argomenti relativi all'IA.

Un altro aspetto da tenere in considerazione riguarda la formazione. In tutti i Paesi analizzati si nota a partire dal secondo trimestre 2022 un incremento delle ricerche online relative a corsi di formazione di vario tipo (inclusi quelli universitari) sull'IA. Anche in questo caso, gli Stati Uniti guidano la graduatoria. Tuttavia, in termini relativi, anche la Francia mostra particolare interesse nei confronti della formazione in IA con 7 ricerche online ogni 100.000 abitanti collocati nella fascia d'età lavorativa. Ciò è sicuramente correlato alle opportunità specie professionali che questa nuova frontiera tecnologica può offrire. In particolare, in Italia, Spagna, Francia e Germania, la stragrande

maggioranza delle ricerche relative alle opportunità dell'IA riguarda appunto la possibilità di impiego nel settore dell'IA. Solo negli Stati Uniti, le ricerche si concentrano prevalentemente su informazioni relative ad opportunità di investimento nel settore. Il dibattito sull'intelligenza artificiale non si ferma però solo alle opportunità, ma prende in considerazione anche i rischi ad essa associati. Dalle ricerche online correlate a un sentimento di paura nei confronti delle tecnologie IA si sottolinea che queste sono in aumento in tutti i Paesi analizzati, pur mantenendosi a un livello ancora piuttosto basso. Negli Stati Uniti riguardano 27 ricerche su 100.000 abitanti, seguono poi la Francia e la Spagna con 20, mentre l'Italia si ferma a 17. Nella Penisola il 34% delle ricerche relative alla paura dell'IA riguarda il rischio di perdere il posto di lavoro a causa dell'avvento delle nuove tecnologie. "L'ultimo anno, con il fenomeno di ChatGPT e di altri tool generativi, ha ampiamente dimostrato come l'intelligenza artificiale abbia il potenziale per essere la principale tecnologia general purpose della nostra generazione e probabilmente delle prossime", ha commentato il presidente I-Com Stefano da Empoli. "Preoccupa però il ritardo dell'Unione europea in primis rispetto agli Stati Uniti e a seguire dalla Cina ma perfino da Paesi di dimensioni minori come Canada, Regno Unito e Israele. Dei due pilastri della strategia UE del 2018, investimenti e regole, si è proceduti con decisione sul secondo fronte mentre il primo, nonostante gli incrementi registrati, ha segnato il passo rispetto alle enormi risorse messe in campo in particolare dagli USA. In tutto questo, contrariamente alla stragrande maggioranza degli Stati membri UE, l'Italia non si è ancora dotata di una vera e propria strategia IA, che per essere definita tale deve disporre di un adeguato orizzonte temporale e spaziale, risorse proprie nonché un meccanismo di governance che ne governi e monitori l'attuazione.

Nulla di tutto questo si può ascrivere al Piano strategico licenziato alla fine del 2021 dal Governo Draghi. Appare dunque ora di porre rimedio dotando finalmente il Paese di una vera e propria strategia IA". L'interesse nei confronti delle numerose applicazioni IA è confermato anche dai dati. Stando ad alcune stime, si prevede che il mercato mondiale dell'intelligenza artificiale toccherà i \$241,80 miliardi entro la fine del 2023 e crescerà ad un tasso di crescita annuale (CAGR 2023-2030) del 17,3%, raggiungendo un volume di mercato di \$738,80 miliardi entro il 2030. Nel confronto globale, gli Stati Uniti coprono il 36% del mercato IA, seguiti da Cina (12%), Germania (4%) e Regno Unito (4%). L'Italia non va oltre il 2%, posizionandosi comunque all'ottavo posto a pari merito con l'Australia. Il mercato è fortemente trainato dall'IA generativa che copre, infatti, il 19% del mercato IA totale nel 2023 e secondo le stime arriverà ad un'incidenza del 28% entro il 2030. Tra i principali Stati membri, la Germania è il più grande mercato dell'IA generativa (22% del mercato totale europeo), seguita da Francia (14%) e Italia (10%). Sul fronte degli investimenti venture capital in IA, gli Stati Uniti impiegano circa cinque volte l'importo speso in Cina e undici volte di quello nell'UE. Tra i Paesi europei, la Francia, la Germania e la Svezia si collocano sul podio coprendo circa il 65% degli investimenti VC totali in UE. L'Italia si classifica in ottava posizione dietro a Romania, Spagna e Irlanda. In un panorama internazionale che incentra gran parte della propria competitività sullo sviluppo e l'offerta delle nuove tecnologie e dei servizi correlati, lo sviluppo di reti di telecomunicazione capillari e performanti costituisce una condizione imprescindibile per l'Unione Europea in generale e per l'Italia in particolare. Secondo l'I-Com Ultrabroadband Index (IBI) 2023, l'indice sintetico elaborato da I-Com per fotografare lo sviluppo delle reti e dei servizi digitali nei

mercati nazionali europei, la nuova edizione conferma nuovamente in testa la Danimarca, con un punteggio pari a 78, seguita da Paesi Bassi e Spagna. Quest'ultima recupera ben due posizioni rispetto al 2021, a svantaggio della Svezia che retrocede in sesta posizione. Al di là del podio, i progressi più impressionanti sono quelli della Francia e di Cipro, che guadagnano 11 posizioni, e dell'Italia e dell'Irlanda, che risalgono la classifica di ben 9 gradini dal 2021 al 2023, con l'Italia passata dalla ventesima alla sedicesima posizione. In particolare, la performance italiana è riconducibile a molteplici fattori, tra i quali risulta determinante l'imponente crescita della copertura 5G, che dall'8% delle aree popolate e dallo 0% rurale nel 2020 raggiunge quasi il 100% nel 2022.

La classifica per la componente dell'offerta è ancora una volta dominata da Danimarca, Paesi Bassi e Spagna, così come la classifica generale. L'Italia si trova al dodicesimo posto, con un salto di 12 posizioni rispetto al 2021 e di 2 rispetto al 2022. Sul versante della domanda, il vertice della classifica continua ad essere appannaggio della Svezia sia per l'ampia diffusione dell'e-commerce e soprattutto dell'e-government sia per l'elevato numero di famiglie che hanno sottoscritto servizi di connettività di banda larga. L'Italia, invece, non tiene il passo degli altri paesi membri, rimanendo relegata al ventitreesimo posto in classifica, davanti solo a Slovacchia, Grecia, Romania e Bulgaria. Gli indicatori relativi all'e-government, all'e-commerce e alle competenze sono decisamente al di sotto della media europea anche se, tuttavia, per ognuno di questi si evidenzia un miglioramento rispetto al passato. In controtendenza rispetto a questo scenario negativo è il dato relativo alla digitalizzazione delle imprese. In questo caso, infatti, l'Italia è al di sopra della media europea (94%), con una porzione pari al 98% delle imprese aventi una connessione in banda larga. In conclusione, l'Italia continua a posizionarsi nel cluster dei Paesi fast movers, ossia quelli che, pur partendo da livelli di sviluppo digitale inferiore alla media, presentano una buona dinamica di crescita nel tempo. Indubbiamente, questo risultato è guidato dai progressi ottenuti sul lato dell'offerta, specie per quanto riguarda la copertura della rete 5G, dove l'Italia si posiziona tra i Paesi best movers.