

## LO SVILUPPO

# Intelligenza artificiale e innovazione A Bari torna il festival del digitale

Terza edizione per il Business Marketing Talks, in programma nel capoluogo il 14 e 15 marzo. Previste due plenarie, 4 tavole rotonde, 2 aule formative e 3 interviste da 300 secondi, 50 speaker a confronto tra docenti universitari, manager e dirigenti d'azienda

**Tra gli enti organizzatori Jcom Italia, il Dipartimento Economia di Uniba e l'Università Lum**

FRANCESCA SORRENTINO

📍 BARI

Bari si prepara ad ospitare la terza edizione del Business Marketing Talks, il 14 e 15 marzo. Due plenarie, 4 tavole rotonde, 2 aule formative e 3 interviste da 300 secondi, 50 speaker a confronto tra docenti universitari, Ceo, manager. Sono i numeri dell'edizione 2025 del primo Festival dell'Innovazione digitale al Sud, che torna per il terzo anno consecutivo, sotto la direzione scientifica del professore Pierfelice Rosato docente del dipartimento di Economia e Finanza dell'Università degli studi di Bari, a stimolare il dibattito sul mondo dell'IT, sul processo di transizione digitale delle aziende, sulla divulgazione della cultura digitale. Promosso da Jcom Italia e co-organizzato con il Dipartimento di Economia e Finanza di Uniba e l'Università Lum Giuseppe De Gennario, il

Bmt svolgerà nell'aula Rossi della Libera Università Mediterranea a Casamassima, con una due giorni intensa in cui i mondi delle istituzioni, dell'università, delle imprese, della formazione, dei professionisti si confronteranno per condividere novità, ricerche, pensieri, opportunità di un settore in continua crescita ed evoluzione.

## Il programma

Sarà l'intelligenza artificiale il filo conduttore intorno al quale ruoterà l'edizione 2025 del Business Marketing Talks, il suo ingresso nelle aziende come strumento per migliorare ed ottimizzare organizzazione, produttività, management. «Il dibattito sui possibili rischi dell'IA - afferma Marco Guaragnella, founder e Ceo di Jcom Italia e chairman del Bmt - non deve farci perdere di vista le opportunità di uno strumento che, se utilizzato in modo appropriato, può favorire imprese e lavoratori. Molte aziende lo stanno già sperimentando: il 25% delle grandi aziende secondo l'Istat, solo il 5% delle piccole. E noi con il Bmt vogliamo che quel 5% cresca. La sfida è per tutti: per i manager, perché richiederà nuove modalità di lavoro, una nuova organizzazione interna alle aziende,

nuovi processi decisionali, ma anche per i lavoratori con ruoli intermedi, chiamati ad acquisire nuove competenze e infine per i più giovani che non potranno prescindere dall'aver conoscenze e profili specifici su questo nuovo strumento per integrare innovazione e impresa».

## Le plenarie

Aumento della produttività, miglioramento del mercato del lavoro (formazione continua e riqualificazione dei lavoratori verso lavori a maggior valore aggiunto), semplificazione della burocrazia, sviluppo di nuovi prodotti e personalizzazione dei servizi sono solo alcuni degli effetti dell'AI sulle aziende e sulle amministrazioni pubbliche che saranno affrontati nella plenaria del 14 e 15 marzo che vedranno confrontarsi i più autorevoli esperti di innovazione digitale del panorama nazionale. A stimolare il dibattito sul rapporto tra Intelligenza artificiale e Impresa la lectio introduttiva del professor Stefano Bellotti direttore del dipartimento di Fisica di Uniba; ad introdurre i lavori su Intelligenza Artificiale e Marketing sarà la relazione di Massimo Giordani, presidente Aism (Associazione Italiana Sviluppo Marketing).





Il Bmt si svolgerà nell'aula Rossi della Libera Università Mediterranea a Casamassima