

# Aziende e intelligenza artificiale due giornate con gli esperti

di NATALE CASSANO

L'intelligenza artificiale non più un'opzione ma un passaggio obbligato per aziende, industrie e pubblica amministrazione". Le parole di Marco Guaragnella, founder e ceo di Jcom Italia, ben riassumono una rivoluzione tecnologica che ha cambiato la quotidianità di tutti, strumento dalle infinite possibilità, ma anche dai possibili rischi. Ed è proprio dall'intelligenza artificiale, e di come il suo ingresso nelle aziende possa essere strumento per migliorare e ottimizzare organizzazione, produttività e management, che partono gli incontri del Business Marketing Talks, di cui Guaragnella è chairman.

Un "festival dell'innovazione digitale" in programma venerdì e sabato 14 e 15 marzo negli spazi dell'università Lum di Bari, anche co-organizzatrice dell'evento insieme a Jcom Italia. Per la sua terza edizione, sotto la direzione scientifica di Pierfelice Rosato, docente del dipartimento di Economia e finanza dell'Università degli studi di Bari, sono in programma due plenarie, quattro tavole rotonde, due aule formative, tre interviste da 300 secondi, 50 speaker a confronto tra docenti universitari, Ceo, manager, per stimolare il dibattito sul mondo dell'IT, sul processo di transizione digitale delle aziende e sulla divulgazione della cultura digitale.

Ad aprire i lavori saranno venerdì 14 i saluti istituzionali, che vedranno la presenza del sindaco Leccese e del governatore Emiliano, oltre che del rettore della Lum Antonello Garzoni, del direttore del Dipartimento di Economia e finanza Vito Peragine e dello stesso Guaragnella. Seguono poi i focus che avranno come fil rouge l'uso dell'ia, declinata nelle due plenarie sia nell'assistenza che può dare alle imprese, sia le sue applicazioni nel campo

del marketing. D'altronde sono i numeri a confermare che l'impresa pugliese - e non solo - non può rimanere sorda alle possibilità ad essa legate: secondo i dati Istat, come ricorda il ceo di Jcom Italia, il 25% delle grandi aziende sta già sperimentando l'uso dell'intelligenza artificiale, ma solo il 5% di quelle piccole. "E noi con il Bmt vogliamo che quel 5% cresca" assicura. Aumento della produttività, miglioramento del mercato del lavoro, semplificazione della burocrazia, sviluppo di nuovi prodotti e personalizzazione dei servizi, sono alcuni dei benefici che saranno introdotti nel dibattito, arricchito dalla lectio del direttore del Dipartimento di Fisica Stefano Bellotti e dall'intervento di Massimo Giordani, presidente dell'Associazione Italiana Sviluppo Marketing.

Una due giorni caratterizzata anche da quattro tavole rotonde: si parte il 14 con un primo incontro sullo "Storytelling d'impresa" - a partire dai racconti delle imprese che hanno saputo posizionarsi con successo sul mercato - a cui segue un focus sul rapporto tra ia e innovazione aperta, che sta rivoluzionando non solo i rapporti tra imprese, ma anche le relazioni con start up innovative. Il 15 marzo è il binomio "Cinema e ia" a essere protagonista della prima tavola rotonda, per riflettere sui vantaggi dei film prodotti con la nuova tecnologia rispetto a quelli tradizionali. Segue un approfondimento sulle nuove professioni legate all'intelligenza artificiale.

Il programma si completa infine con le aule formative, dove esperti formatori, specialisti di marketing digitale, pubblicità e social media si alterneranno in una serie di talk per affrontare tematiche come l'advertising, il rapporto tra il web e l'intelligenza artificiale e il digital marketing.

La Lum ospita gli incontri del Business Marketing Talks per illustrare al mondo dell'impresa tutte le strategie



➔ L'Università Lum di Casamassima ospita anche vari corsi di Economia

