



EDITORIALE: FONTER COMPIE 20 ANNI

SPORT E FOOTBALL INDUSTRY

L'EVOLUZIONE DELLA FARMACIA

L'IMPATTO DELLE NUOVE
TECNOLOGIE

LUGLIO-SETTEMBRE 2023 / N.3

SOMMARIO

Magazine / Newsletter

LUGLIO-SETTEMBRE 2023 / N.3

EDITORIALE

2003-2023, FONTER COMPIE 20 ANNI

di Marco Pasi, Presidente Fon.Ter

3

SPORT E FOOTBALL INDUSTRY

FORMAZIONE E SERVIZI INNOVATIVI PER LE NUOVE FIGURE PROFESSIONALI

Intervista a Gianfilippo Valentini, CEO di Go Project

5

L'EVOLUZIONE DELLA FARMACIA

NUOVI RUOLI PROFESSIONALI PER I FARMACISTI

8

L'IMPATTO DELLE NUOVE TECNOLOGIE

RAPPORTO OCSE: L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE E IL MERCATO DEL LAVORO

11



di **Marco Pasi**
Presidente Fon.Ter

EDITORIALE

2003 – 2023 FON.TER COMPIE 20 ANNI

Poco più di un anno fa salutai, con il mio editoriale, la nascita del primo numero della newsletter di Fon.Ter, concepita per arricchire la nostra comunicazione esterna e interna e conferire al Fondo, maggiore visibilità e consenso. Direi che l'obiettivo sia stato in gran parte raggiunto anche se si può sempre migliorare con il contributo di tutti, sia colleghi che stakeholder.

Non si può parlare di futuro senza guardare al passato, un passato importante considerando che, nel 2023, ricorrono 20 anni dalla costituzione del Fondo. Un traguardo significativo, vissuto attraversando periodi differenti, a volte difficili, caratterizzati da ricerca, crescita e miglioramenti sempre in linea con le profonde trasformazioni del mondo del lavoro con le sue accresciute esigenze che ci hanno indotto più volte a ripensare gli strumenti adottati per non restare indietro ed essere sempre competitivi nell'universo dei Fondi Interprofessionali per la formazione

continua. Prossimamente, celebriamo questa ricorrenza con una bella manifestazione che si terrà presso la sede del CNEL di Roma. Sono onorato che la mia presidenza coincida con questo evento, ma il mio contributo temporale è solo una minima parte dell'impegno profuso negli anni dalle colleghe e dai colleghi che mi hanno preceduto, nei vari ruoli di rappresentanza e responsabilità, e dal nostro personale che ha, con professionalità e visione del futuro, mantenuto alta la competitività di Fon.Ter in un mercato sempre più concorrenziale.

Nel suo primo ventennio Fon.Ter non può che esibire numeri e cifre in positivo evidenziate dai dati che forniremo all'ampia platea degli invitati. Tanti sono gli obiettivi raggiunti ma gli obiettivi servono per essere superati e i buoni risultati sin qui ottenuti devono essere per noi stimolanti e incoraggianti per le tante imprese che sono entrate e che continuano ad entrare in contatto con noi perché sentono la neces-



Non si può parlare di futuro senza guardare al passato, un passato importante considerando che, nel 2023, ricorrono 20 anni dalla costituzione del Fondo.

sità di formare, aggiornare e riqualificare il proprio personale per restare al centro del processo di trasformazione del lavoro.

Grazie all'attività svolta dai fondi interprofessionali e da FonTer, moltissime aziende, in questi due decenni, hanno scoperto la formazione finanziata e tramite essa sono cresciute, si sono aggiornate e adeguate alle esigenze di un mercato sempre in continua evoluzione. In questo contesto FonTer, con la sua offerta formativa differenziata, ha contribuito fattivamente alla loro crescita come testimoniato dalle imprese aderenti, alcune delle quali parteciperanno all'evento prossimamente. Oggi il nostro Fondo, oltre ai settori del commercio e del turismo, ha conquistato ampia rilevanza nel comparto Automotive, nel Socio Sanitario, nella Vigilanza, nei Servizi e sta guardando con attenzione ad altri segmenti produttivi fino ad ora inesplorati.

20 anni in positivo, dunque, ma FonTer nel futuro, non si dovrà limitare al solo ruolo di soggetto finanziatore della formazione, ma dovrà essere sempre più promotore e certificatore della stessa. Il nostro slogan è stato dall'inizio, tuttora è, e sarà ancora "Chi si forma non si ferma" un messaggio più che mai attuale e filo conduttore per gli anni che verranno.





Gianfilippo Valentini
CEO di Go Project

SPORT E FOOTBALL INDUSTRY

FORMAZIONE E SERVIZI INNOVATIVI PER LE NUOVE FIGURE PROFESSIONALI

Il mondo dello sport e del calcio in particolare, una delle discipline più diffuse a livello planetario, sta radicalmente cambiando ed è sempre più necessario introdurre processi e strumenti innovativi a supporto delle aziende che ruotano intorno a questo mondo. Ne abbiamo parlato con Gianfilippo Valentini, CEO di Go Project, che grazie a competenza e positive intuizioni, dal 2003 è riuscito ad anticipare tendenze e esigenze oggi indispensabili, focalizzando la sua mission soprattutto sui servizi digitali.



Ci può parlare della sua attività e fare il punto oggi, a 20 anni dalla sua nascita?

Noi oggi siamo una Digital Company che nel 2003 ha iniziato a lavorare nel mondo della comunicazione per offrire servizi di posizionamento e vendita di prodotti. Dopo qualche anno abbiamo capito l'importanza di integrare il nostro business con i servizi di sviluppo software per creare un'offerta innovativa e soprattutto capace di seguire un cliente dalla declinazione di un concept alla realizzazione di un sito web con delle funzionalità per interagire con gli utenti. Nei primi anni, questa nuova modalità non era considerata vincente, ma con l'inevitabile processo di digital transformation siamo diventati una realtà molto competitiva sul mercato e siamo riusciti ad ottimizzare tempi e risorse aiutando molti clienti pubblici e privati a raggiungere i loro obiettivi. Posso dire che abbiamo avuto la fortuna e l'intuizione strategica di posizionarci come società agile e in grado di supportare tutti i nostri clienti nel processo di crescita digitale e soprattutto per presidiare tutti i nuovi canali digital, social compresi.

Lei ha lavorato in questi anni con molti clienti Corporate e della PA, come e quale è stato il momento che ha compreso le potenzialità dell'ambito sportivo e in particolare della Football Industry?

Nel 2012 ho iniziato a lavorare con Roberto Mancini e da quel momento ho cominciato a comprendere l'enorme potenzialità della Football Industry. Ho cominciato a percepire il cambiamento soprattutto nella distribuzione dei contenuti e poi nel rapporto con i tifosi. Con i miei colleghi abbiamo creato un

software basato su un algoritmo che provava a dare un valore economico ai canali social delle squadre di calcio e dei calciatori offrendo servizi alle aziende e alle squadre. Avere la possibilità di contestualizzare le necessità delle squadre e delle aziende della football industry mi ha permesso di mutuare delle competenze ed esperienze in altri settori e poi è nato il Social Football Summit. Devo aggiungere che molto si deve anche alla spinta di molte società e istituzioni del calcio che hanno compreso l'importanza di innovare in termini di prodotto, processo, organizzazione e nuove figure professionali.

Lo sport rappresenta una delle risorse economiche più importanti nelle politiche del lavoro ed è sempre più indispensabile la presenza di figure professionali e preparate, senza le quali non ci sarebbe futuro. In questi anni come ha vissuto, nella sua esperienza lavorativa, questa trasformazione da gestioni, che potremmo definire "artigianali", alle attuali, sempre più evolute?

In pochi anni sono state stravolte le organizzazioni delle società, nuove figure professionali nate da nuove esigenze, l'evoluzione della TV e la capacità del digital di rivoluzionare il modo di seguire il calcio è stato un processo molto importante ma soprattutto inevitabile. Le squadre di calcio hanno dovuto rivedere i loro modelli di business e individuare nuove forme di ricavo. La sostenibilità economica è diventata un driver essenziale e quindi anche la nostra società si è adeguata investendo molto in formazione e sviluppo di format e servizi innovativi. Noi l'abbiamo vissuta come una grande opportunità.



“La nostra organizzazione prevede almeno 3 momenti formativi durante l’anno e l’utilizzo di applicativi software per gestire il livello di formazione dei nostri colleghi.”

Come esperto conoscitore di processi e strumenti innovativi applicati al mondo dello sport, ha da sempre finalizzato la sua attività all’integrazione di competenze gestionali, di comunicazione e tecnologiche, per la creazione di aziende e start Up. La vostra è una offerta importante per un settore che sta velocemente cambiando; quale la sua percezione della disponibilità a questa transizione?

Come ho detto sopra la trasformazione è stata inevitabile e per forza di cose è stata accettata, l’arrivo di molti fondi nel calcio e di molte figure da altri settori ha determinato la creazione di un sistema molto professionale e competente che ha utilizzato la forza del “contenuto calcio” e di tutto quello che ne deriva per creare nuovi asset di ricavi e nuove esperienze da mettere sul mercato. Quindi posso dire che oltre ad essere accettata è fondamentale.

Per realizzare tutto questo è inevitabile l’evoluzione del settore Formazione e dei formatori, che devono velocemente adeguarsi alle nuove professionalità in ambito sportivo, aprendo il campo a figure qualificate che interagiscano tra loro: come manager, preparatori atletici, responsabili eventi, hospitality, allenatori, nutrizionisti, esperti di comunicazione, mental coaching, match analyst e molto altro. Come siete strutturati per questo settore e quali i vostri programmi formativi?

Il nostro modello è quello di concentrarci su alcune tematiche di cui abbiamo creato competenza ed esperienze importanti. Oggi in Go Project abbiamo creato una società che si chiama Social Media Soccer che è focalizzata sul mondo sport e sui servizi di comunicazione e marketing, creazione di contenuti e organizzazione di eventi. Abbiamo una serie di figure senior che formano i nuovi dipendenti e soprattutto li affiancano su progetti operativi veri e non simulati. La nostra organizzazione prevede almeno 3 momenti formativi durante l’anno e l’utilizzo di applicativi software per gestire il livello di formazione dei nostri colleghi. Avendo la possibilità di sviluppare software abbiamo creato GO TEAM che ci permette di seguire la crescita dei nostri colleghi ed erogare corsi on demand. Confermo che tra i nostri obiettivi c’è quello di favorire l’ingresso e la formazione di risorse umane nel settore calcistico. Bisogna prendere atto ormai che il settore, come evidenziato nella vostra domanda, si estende in diversi ambiti, come l’economico-finanziario, il marketing, lo sviluppo del business, i social media e la comunicazione, la tecnologia e l’innovazione, la responsabilità sociale d’impresa, il coinvolgimento dei tifosi, la gestione di stadi ed eventi, l’analisi dei dati e la gestione dell’impatto. Di conseguenza identificheremo e promuoveremo percorsi di formazione e crescita per tutte le professioni che sorgono e sorgeranno, grazie all’innovazione nel settore calcistico.

Avete realizzato importanti eventi di riferimento per il mondo del calcio come il Social Football Summit; quali suggerimenti e esperienze ne avete tratto per il vostro operato e le programmazioni future del network Go Project?

Il Social Football Summit, a detta di molti, è uno degli eventi più importanti della Football Industry a livello internazionale. Siamo riusciti a creare un evento in grado di parlare in modo autorevole di innovazione, sostenibilità, finanza, marketing e comunicazione siamo diventati interlocutori di grandi aziende, società e istituzioni. Confermo che per la crescita di Go Project è stato fondamentale, ha permesso di creare un network internazionale e di creare connessioni lavorative importanti. Ci ha permesso di mostrare la nostra capacità di lavorare sul digital e di saper comprendere le dinamiche dei social. Sicuramente l'obiettivo è quello di superare i confini geografici e ci stiamo attivando per i prossimi eventi di Londra, Milano, Dubai, Riyad, Madrid per affrontare tematiche caratteristiche della Football Industry.

Per concludere, avendo lavorato, con la vostra società, in contesti importanti non solo italiani, ma anche europei; relativamente ai temi trattati in questa intervista, quali le sensazioni in termini di confronto e di potenziale crescita del settore?

Nel settore i margini di crescita sono ampi! Sicuramente in Italia abbiamo fatto grandi progressi e per alcuni aspetti abbiamo pareggiato il gap con altri paesi e mi riferisco agli USA. Abbiamo riconosciuto l'importanza della formazione per creare nuove figure professionali e soprattutto abbiamo acquisito consapevolezza, che investire nel digital e innovazione, rappresenta un'opportunità vera. Mi auguro che anche le istituzioni comprendano la dinamicità del settore e soprattutto mettano in campo azioni per supportare l'evoluzione digital e semplificare l'accesso delle nuove professioni sul lavoro.

(a cura di Stefano Piermaria)



L'EVOLUZIONE DELLA FARMACIA

NUOVI RUOLI PROFESSIONALI PER I FARMACISTI

Il domani che attende il mondo farmaceutico e della farmacia mette al centro la relazione tra farmacista e paziente. I farmacisti sono chiamati a rivestire ruoli professionali di spessore, indispensabili alla comunità, con prestazioni sanitarie fino a pochi anni fa impensabili che, oltre al campo della telemedicina, li vede sempre più spesso impegnati nel servizio al paziente insieme al medico specialista. L'operatore farmacista sarà sempre più un professionista della salute, un consigliere, un divulgatore e un fornitore di servizi essenziali. Questo cambiamento richiede sicuramente nuove professionalità e quindi l'esigenza di una formazione adeguata all'innovazione e alle nuove mansioni. In questi ultimi anni si sono sviluppate holding di farmacie sempre più connesse con il territorio, fortemente orientate al sostegno della comunità, organizzate in una rete dinamica ed efficiente al servizio della salute e della vita delle persone.



Queste organizzazioni, grazie alle loro dimensioni e capacità di negoziazione, sono state in grado di conquistare una parte significativa del mercato costringendo le farmacie tradizionali a rivedere strategie, modelli di business e offrendo servizi aggiuntivi. Oggi, solo una formazione ripensata in termini moderni consentirà ai farmacisti, che operano in una realtà sempre più competitiva, di essere aggiornati sulle ultime scoperte scientifiche e tecnologiche e di acquisire competenze di gestione aziendale e marketing.

I farmacisti, interagendo sempre di più con i medici di base, stanno assumendo un ruolo attivo nella promozione della salute e nella prevenzione delle malattie, diventando consulenti di fiducia per la propria clientela. Una delle migliori dimostrazioni, in questo senso, è stato il decisivo ruolo dei farmacisti durante la pandemia; sono rimasti attivi in prima linea in ogni fase dell'emergenza e lo sono tuttora, ancora impegnati tra tamponi e vaccini, sempre più un presidio territoriale fondamentale per la salute dei cittadini. Quando i medici di medicina generale erano impegnati nella gestione più diretta dei pazienti Covid, a volte difficilmente raggiungibili, o comunque in carenza di tempo da dedicare ai problemi di minore entità, gli italiani, si sono affidati molto al proprio farmacista, coinvolto in misura maggiore per indicazioni e consigli, dimostrando ancora più chiaramente l'essenza della professione.

Per fare fronte a questa nuova esigenza di formazione e alla carenza di personale specializzato sono sorte le Academy aziendali, spesso inserite all'interno delle stesse holding. I soggetti coinvolti nelle Aca-

demy hanno la possibilità di sviluppare, attraverso la formazione continua, competenze altamente spendibili sul mercato. Secondo gli ultimi dati disponibili, in Italia sono presenti oltre 120 Academy, con il coinvolgimento di grandi gruppi che vanno da Aruba a Intesa San Paolo.

La farmaceutica è un settore in piena espansione e i numeri sono lì a dimostrarlo: 49 miliardi di euro di produzione nel 2022, di cui 47,6 miliardi di export (+176% in 10 anni), 3,3 miliardi investiti in produzione e R&S, 68.600 addetti, di cui le donne rappresentano il 44% del totale (dati Farmindustria). Il comparto della farmacia occupa complessivamente 97.000 addetti, di cui 72.000 dipendenti. Di questi, 55.000 sono farmacisti collaboratori (78,6% donne). Per quanto riguarda gli accessi in farmacia sono 4 milioni i cittadini che vi entrano ogni giorno, mentre 200 sono gli utenti medi di una farmacia. Si stima che siano 800.000 i cittadini che si recano giornalmente in farmacia per consulenze sulla salute. A livello nazionale sono circa 20.000 le farmacie presenti su tutto il territorio, in ulteriore crescita e in controtendenza rispetto agli altri Paesi del Vecchio Continente. In Italia abbiamo una farmacia per ogni 2.952 abitanti, una quantità superiore alla media europea, che si attesta a una ogni 3.245 abitanti, a conferma della grande capillarità della farmacia italiana. Questi numeri testimoniano la "salute" e il trend positivo di un comparto che cresce all'insegna di innovazione e professionalità, con positive ricadute sull'occupazione.

Secondo gli ultimi dati disponibili, in Italia sono presenti oltre 120 Academy, con il coinvolgimento di grandi gruppi che vanno da Aruba a Intesa San Paolo.



L'IMPATTO DELLE NUOVE TECNOLOGIE

RAPPORTO OCSE: L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE E IL MERCATO DEL LAVORO

Gli effetti dell'introduzione dell'intelligenza artificiale (IA) sul mercato del lavoro non sono ancora evidenti, nonostante le preoccupazioni suscitate dal suo sviluppo. L'impatto sui livelli occupazionali è stato finora limitato. Del resto, l'adozione dell'IA è generalmente concentrata nelle grandi aziende e sta avvenendo in forma ancora sperimentale. Inoltre, le prime aziende ad utilizzarla appaiono riluttanti a ridurre il personale, preferendo adeguare la forza lavoro attraverso assunzioni rallentate, dimissioni volontarie e pensionamenti. Alcune di esse riferiscono che, di fronte all'invecchiamento della popolazione e alla carenza di manodopera, l'intelligenza artificiale potrebbe contribuire ad alleviare alcune esigenze di competenze non soddisfatte dai lavoratori.





L'intelligenza artificiale potrebbe contribuire ad alleviare alcune esigenze di competenze non soddisfatte dai lavoratori.

Per il momento, dunque, più che sostituire i lavoratori, l'IA ne sta modificando l'attività, con riflessi sul fabbisogno formativo. Sono questi i risultati della prima indagine transnazionale realizzata dall'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico (OCSE), nell'ambito del programma di ricerca "Lavoro, Innovazione, Produttività e Competenze" e riportate nel rapporto "Prospettive occupazionali 2023. L'Intelligenza artificiale e il mercato del lavoro". L'indagine è stata svolta nel 2022 su 2.000 imprese e 5300 lavoratori dei settori manifatturiero e finanziario all'interno di sette Paesi (Austria, Canada, Francia, Germania, Irlanda, Regno Unito e Stati Uniti d'America).

L'Intelligenza Artificiale sta migliorando il lavoro umano

Nonostante il 60% dei lavoratori tema di perdere il proprio impiego in conseguenza dell'introduzione dell'IA, l'indagine dimostra un impatto positivo di questa nuova tecnologia sulla qualità del lavoro. Quasi due terzi (63%) degli intervistati ha riferito che l'intelligenza artificiale ha migliorato il benessere sul luogo di lavoro: automatizzando compiti pericolosi o noiosi, permette di concentrarsi su quelli più complessi e gratificanti. In uno dei casi di studio condot-

ti, un'azienda aerospaziale ha introdotto uno strumento di ispezione visiva guidato dall'intelligenza artificiale per controllare le pale delle turbine di nuova produzione per i motori a reazione. La tecnologia ha avuto un impatto positivo sull'ambiente di lavoro degli ispettori che, prima dell'introduzione dell'IA, sedevano in una stanza buia per lunghi periodi ispezionando le lame attraverso un oculare ingranditore.

I lavoratori sono divisi circa l'impatto dell'IA sul lavoro e preoccupati in merito alla loro privacy

L'indagine rileva tuttavia diverse preoccupazioni. In primo luogo l'intensificazione dei ritmi di lavoro, determinata dall'accelerazione dello scambio di informazioni e dati. Inoltre, l'uso dell'intelligenza artificiale presenta sfide etiche in materia di protezione di dati e privacy, gestione dei processi decisionali, responsabilità e trasparenza. Nel corso dell'indagine, il 57% dei lavoratori intervistati ha espresso preoccupazione per la raccolta dati effettuata dall'IA, che investe loro stessi come persone. L'IA non sta avendo effetti sui livelli occupazionali, ma sulle competenze e le remunerazioni dei lavoratori. Il rapporto dell'Ocse si ricollega a molteplici studi i quali dimostrano che gli effetti dell'intelligenza artificiale sui livelli occupazionali, finora, non siano stati significativi. Un impatto significativo si sta registrando sulle competenze richieste ai lavoratori. Le aziende più esposte all'intelligenza artificiale tendono ad assumere meno lavoratori sprovvisti di competenze in questo ambito e più lavoratori con conoscenza dei meccanismi di funzionamento dell'IA. Si tratta di un aspetto evidenziato anche da un'indagine pubblicata nel 2022 da



Per i lavoratori già impiegati in azienda, non specializzati in IA, l'implementazione di questa nuova tecnologia è associata alla richiesta di competenze digitali analitiche e trasversali.

Acemoglu e intitolata Artificial Intelligence and Jobs: Evidence from Online Vacancies. Negli Stati Uniti, tra il 2010 e il 2019, la domanda di competenze specializzate in IA nelle offerte di lavoro online è aumentata di quattro volte ed è ulteriormente accelerata negli ultimi tre anni. I lavoratori con competenze più elevate, oltre a conservare maggiori opportunità di occupazione, riescono ad ottenere anche maggiori guadagni, proprio per la loro capacità di sfruttare le potenzialità dell'IA, come dimostrano diversi studi, tra cui quello condotto da Fossen e Sorgner New Digital Technologies and Heterogeneous Employment and Wage Dynamics in the United States: Evidence from Individual-Level Data (2022).

Le nuove competenze richieste ai lavoratori

L'adozione dell'Intelligenza Artificiale avrà un profondo impatto sul mercato del lavoro, non solo in termini di livelli occupazionali e qualità del lavoro, ma anche sul modo in cui esso è organizzato, sul tipo di compiti svolti dai lavoratori, e quindi sul livello di produttività. Inevitabilmente, cambieranno le competenze richieste ai lavoratori. Sono essenzialmente due le ragioni per cui l'IA avrà un impatto significativo sotto questo aspetto. Da un lato, essa può replicare abilità cognitive e manuali che non saranno più richieste ai lavoratori. D'altro canto, aumenterà la domanda di competenze necessarie per sviluppare e utilizzare l'Intelligenza Artificiale.

L'adozione dell'IA in azienda richiede competenze specializzate, capaci di muoversi all'intersezione tra programmazione informatica, gestione di database e statistica. Negli annunci di lavoro online troviamo, ad esempio, la richiesta di linguaggi di programmazione come Python, la capacità di lavorare e gestire big data e competenze nell'analisi e la visualizzazione dei dati, oltre a conoscenze più specifiche di alcuni modelli (ad es. "alberi decisionali", "deep learning", "rete neurale", "foresta casuale", ecc.), strumenti (ad es. "tensorflow", "pytorch", ecc.) e software ("java", "gradle", "galaxy cluster"). Oltre a conoscenze specializzate, sono richieste anche competenze cognitive di alto livello, compresa la capacità di risoluzione creativa dei problemi, e competenze trasversali quali comunicazione, lavoro di squadra, capacità di collaborazione, negoziazione e presentazione, nonché capacità gestionali e di leadership. Per i lavoratori già impiegati in azienda, non specializzati in IA, l'implementazione di questa nuova tecnologia è associata alla richiesta di competenze digitali, analitiche e trasversali. Competenze digitali generali e conoscenze elementari dell'Intelligenza Artificiale sono necessarie, il più delle volte, a livello base (ad esempio la capacità di utilizzare un computer o uno smartphone). Ma vi sono competenze analitiche e trasversali che stanno diventando più importanti per diversi motivi. In primo luogo, l'automazione di compiti semplici offre ai lavoratori una quota mag-



giore di compiti complessi, che richiedono capacità analitiche più elevate, ma anche conoscenze specialistiche e la capacità di comprensione e applicazione di nuove idee. In secondo luogo, l'automazione delle attività spesso porta i lavoratori ad assumersi una quota maggiore di compiti che richiedono competenze trasversali e capacità interpersonali. Emergono nuove esigenze anche per i lavoratori che vengono ridistribuiti in altri reparti della stessa azienda. Generalmente, l'intelligenza artificiale aumenta l'importanza di competenze come creatività e comunicazione. L'adozione dell'IA determinerà anche la nascita di nuove figure professionali. Wilson, Daugherty e Morini-Bianzino nel loro studio *The Jobs That Artificial Intelligence Will Create*, già nel 2017 individuavano tre nuove categorie di lavoratori. La prima composta da "formatori" di modelli di Machine Learning per insegnare ai sistemi di intelligenza artificiale come dovrebbero funzionare. Questi ruoli solitamente coinvolgono competenze tecniche e di data science, ma non solo. Ad esempio i chatbot devono essere addestrati a comunicare con gli esseri umani utilizzando un linguaggio compassionevole e comprensivo, fino a comprendere l'umorismo e le sottigliezze del linguaggio.

Ciò richiede un addestramento comportamentale dell'algorithmo e quindi abilità interpersonali per il "formatore". La seconda categoria di nuovi lavori potrebbe includere i "divulgatori" di sistemi di intel-

ligenza artificiale, che chiariscano il funzionamento degli algoritmi e i diversi tipi di risultati che possono generare. Questi posti di lavoro potrebbero diventare cruciali alla luce delle azioni di trasparenza intraprese da molti governi. Si tratta di lavori che richiederanno una buona conoscenza dell'intelligenza artificiale, ma anche capacità di comunicazione e divulgazione di informazioni tecniche a un pubblico non specializzato. L'ultima categoria è quella dei "sostenitori", o "vigilanti", incaricati di controllare che i sistemi di intelligenza artificiale funzionino come previsto, rilevando pregiudizi, falsità ed errori, al fine di garantire che le conseguenze indesiderate siano affrontate in modo tempestivo.

L'importanza della formazione

Il Rapporto dell'OCSE sottolinea come l'acquisizione di competenze specializzate in IA richieda sia una formazione accademica avanzata, sia una sostanziale esperienza pratica, attraverso forme di apprendistato o apprendimento informale (ad esempio prendere parte ad un gruppo di ricerca o al processo di sviluppo dell'intelligenza artificiale all'interno di un'azienda).

È dunque cruciale offrire una "alfabetizzazione AI", vale a dire "un insieme di competenze che consenta agli individui di valutare criticamente le tecnologie di intelligenza artificiale, comunicare e collaborare in modo efficace con l'intelligenza artificiale e utiliz-

zare l'intelligenza artificiale come strumento online, a casa e sul posto di lavoro". Non si tratta dunque di competenze necessarie per sviluppare modelli IA, ma atte a comprendere, utilizzare, monitorare e riflettere criticamente sulle sue applicazioni. Secondo il rapporto dell'OCSE, la struttura dei corsi di alfabetizzazione sull'intelligenza artificiale dovrebbe prevedere una o più unità iniziali volte a fornire una prima comprensione di cosa sia l'intelligenza artificiale, come nasca, cosa possa fare e cosa non possa fare. Un approfondimento dovrebbe essere dedicato all'apprendimento automatico e al deep learning, poiché costituiscono la base per la maggior parte delle applicazioni. Infine, alcuni moduli dovrebbero trattare questioni etiche connesse all'adozione dell'IA. Il Rapporto invita a bilanciare bene i corsi di formazione. Particolare attenzione dovrebbe essere rivolta ai lavoratori più anziani e a coloro in possesso di titoli di studio inferiori, senza però dimenticare che i lavoratori più esposti all'utilizzo dell'IA sono quelli impiegati nelle professioni altamente qualificate e che il successo di un'azienda dipende anche dalla familiarità che gli stessi imprenditori e manager hanno con le nuove soluzioni tecnologiche a disposizione. Specifiche azioni dovrebbero essere rivolte alle parti sociali, al fine di assicurarsi che abbiano gli strumenti necessari per poter accompagnare lavoratori e aziende in questa transizione tecnologica. Il Rapporto dell'OCSE ritiene fondamentale il coinvolgimento dei sindacati al fine di identificare il fabbisogno di competenze e promuovere l'accesso dei lavoratori alle attività formative.

Le imprese, dal canto loro, evidenziano una preferenza nella riqualificazione dei dipendenti, piuttosto che il licenziamento e l'assunzione di nuovi lavoratori. Riprendendo i dati di un'indagine pubblicata sempre dall'OCSE nel 2022, di questa opinione erano il 64% delle imprese intervistate appartenenti al settore della finanza e il 71% delle imprese intervistate appartenenti al settore della manifattura.

La centralità delle parti sociali: rischi e benefici nell'utilizzo dell'IA sui luoghi di lavoro.

L'intelligenza artificiale comporterà benefici, ma anche rischi per lavoratori e datori di lavoro. Il rapporto tra costi e benefici dipenderà da come sarà regolamentata e, conseguentemente, impiegata l'IA sui luoghi di lavoro. In questo contesto, come sottolinea il Rapporto dell'OCSE, diviene centrale il dialogo con le parti sociali. I questionari sottoposti alle parti sociali evidenziano come le principali preoccupazioni riguardino l'utilizzo affidabile dell'IA, il cambiamento nel fabbisogno di competenze e i rischi per la salute fisica e mentale sul luogo di lavoro. Tuttavia, se i sindacati richiamano l'attenzione in particolare sulle questioni etiche, le organizzazioni datoriali sono più attente ad individuare le nuove competenze richieste ai lavoratori. Secondo il rapporto dell'OCSE, le parti sociali assumono un ruolo chiave nell'indicare quali tecnologie adottare, facilitandone l'introduzione e definendo le esigenze di formazione. Possono supportare le aziende nel fornire risposte flessibili e pragmatiche, ma eque, ai cambiamenti tecnologici e contribuire a migliorare la qualità dell'ambiente di



lavoro. Le parti sociali potrebbero anche contribuire alla definizione di nuovi diritti, come, ad esempio, il diritto di non essere soggetti a processi decisionali automatizzati senza controllo umano, oppure a migliorare quelli esistenti, come il diritto alla formazione. Attraverso la contrattazione collettiva, potrebbero essere integrate le politiche pubbliche con l'obiettivo di migliorare la sicurezza e l'adattabilità dei lavoratori.

Le parti sociali possono contribuire a facilitare l'adozione dell'IA sui luoghi di lavoro

In questo senso, il Rapporto si pone in linea di continuità con alcuni studi secondo cui l'adozione di tecnologie con componenti IA nelle aziende che registrano forme di rappresentanza sindacali, è associata a migliori condizioni di lavoro. Lo provano, ad esempio, il già citato studio di Lane, Williams e Broecke, *The impact of AI on the workplace* (2023), Belloc, Burdin e Landini nel saggio *Robots, Digitalization, and Worker Voice* (2022) e Parolin nella pubblicazione *Automation and occupational wage trends: What role for unions and collective bargaining?* (2019), il quale si sofferma in particolare sulla stretta correlazione tra forza della rappresentanza sindacale e salari dei lavoratori. Il Rapporto evidenzia tuttavia come la maggior parte delle azioni in corso siano attuate da pochi sindacati o organizzazioni datoriali. Uno dei principali problemi, infatti, è costituito dalla mancanza di competenze in materia di IA. Il problema della formazione, dunque, riguarda anche i dirigenti delle stesse parti sociali.

La necessità di una tempestiva governance politica

Come sottolinea nell'introduzione il direttore del dipartimento Occupazione, Lavoro e Affari Sociali dell'OCSE, Stefano Scarpetta, "l'impatto dell'IA sui lavoratori e sul posto di lavoro e il rapporto tra benefici e rischi dipenderà anche dall'azione politica che sarà intrapresa".

Da un lato vi è l'esigenza di incentivare i programmi di formazione. Ad esempio l'Irlanda ha investito nell'espansione dei programmi di istruzione formale, mentre Germania, Finlandia e Spagna hanno intrapreso iniziative per aumentare il livello delle competenze di intelligenza artificiale nella popolazione attraverso la formazione professionale e l'apprendimento permanente.

Dall'altro, le istituzioni devono prevenire, attraverso specifiche regolamentazioni, i rischi che l'IA può comportare in termini di privacy, sicurezza, equità e diritti dei lavoratori, ma anche garantire responsabilità e trasparenza nei processi decisionali.

Fonte OCSE: [Estratto dal Rapporto sull'Intelligenza Artificiale](#)





Via Vittorio Emanuele Orlando, 83
00185 Roma RM
+39 06 4204691

fonter.it