



Microsoft spinge l'intelligenza artificiale italiana

Lanciato il progetto da 100 milioni per creare nuove competenze nel mondo del lavoro

GIOVANNA SCIACCHITANO

Creare le competenze di cui ha bisogno il mondo del lavoro. Questo l'obiettivo di "Ambizione Italia", progetto lanciato da Microsoft, che punta sull'intelligenza artificiale per far crescere l'occupazione e il Paese. Sono previsti investimenti per 100 milioni di euro destinati a programmi e corsi che coinvolgeranno due milioni di giovani e professionisti in tutta Italia. Il traguardo da raggiungere è davvero ambizioso: entro il 2020 oltre 500mila persone formate e 50mila certificate. «Oggi la situazione è paradossale perché, a fronte di un tasso di disoccupazione dei neet al 31,7%,

che raggiunge il 40% per le ragazze fra i 25 e i 29 anni, ci sono 135mila posti dell'Information Technology non ricoperti - ha osservato Silvia Candiani, amministratore delegato di Microsoft Italia -. Un fattore che frena lo sviluppo dell'intelligenza artificiale è proprio l'assenza di competenze». Per ridurre il divario fra skill richieste e disponibili il Gruppo Adecco, che ha stanziato sei milioni di euro, e Microsoft hanno siglato un protocollo d'intesa volto a realizzare una nuova piattaforma digitale, che si chiamerà Phyd. Grazie a questo strumento, disponibile a fine anno, è possibile valutare le proprie competenze, svilupparne di nuove e aggiornare quelle che già si

Il traguardo da raggiungere è ambizioso: entro il 2020 oltre 500mila persone formate e 50mila certificate

possiedono. Non solo. Nel corso del 2019 sarà aperto nel centro di Milano uno spazio fisico che ospiterà laboratori ed eventi per condividere esperienze e conoscenze. Come ha spiegato Andrea Malacrida, country manager di Adecco, le competenze tecniche oggi vengono considerate un

prerequisito, a fare la differenza sono sempre di più le soft skills, quali la capacità di comunicazione o la conoscenza dell'inglese: «Le aziende sono disposte a pagare i lavoratori in possesso del giusto know how fino al 42% in più». Altri partner dell'iniziativa sono LinkedIn, Invitalia, Cariplo Factory e **Fondazione Mondo Digitale**. Quest'ultima impegnata con Microsoft per il piano "Skills4change", che ha l'obiettivo di aiutare i ragazzi ad acquisire le competenze utili per risolvere i problemi in modo creativo. Quest'anno interesserà 10mila giovani tra i 15 e i 24 anni in dieci regioni italiane. La scuola sta particolarmente a cuore a Barbara Cominelli, direttore marke-

ting and operations di Microsoft Italia: «L'educazione è uno dei pilastri del nuovo programma, che ha tante anime, con cui ci proponiamo di coinvolgere non solo gli studenti, ma anche gli insegnanti». Gli altri pilastri riguardano la ricerca del lavoro, le competenze, la trasformazione digitale per migliorare i processi produttivi, gli aspetti sociali e l'etica. «Vogliamo farci promotori di un dibattito sui temi che riguardano la società e investire in tecnologie che aiutano, senza trascurare la sostenibilità ambientale - ha sottolineato Cominelli -. Il nostro intento è fare squadra con nuovi partner che arricchiscano il progetto».

© RIPRODUZIONE RISERVATA