

# L'intelligenza artificiale made in Italy

*La nuova conoscenza si estrae dai Big Data grazie all'AI. Le tecnologie italiane di Almwave sono adottate in tutto il mondo per la Social Intelligence e il riconoscimento del linguaggio naturale, parlato e scritto, in oltre 30 lingue in tempo reale*

**I** Big Data sono una miniera di conoscenza: le informazioni che si possono estrapolare dalla raccolta, analisi e gestione dei dati sono un patrimonio prezioso. Portano efficienza e capacità di offrire soluzioni migliori e sempre più efficaci. E l'emergenza sanitaria dovuta alla pandemia ha dimostrato quanto importante sia oggi fornire continuità e qualità dei servizi digitali in ogni ambito, dalla sanità ai trasporti, dalla amministrazione locale alla scuola, al turismo, al lavoro. I dati sono quindi uno strumento di grande valore per le aziende e per la Pubblica Amministrazione, perché permettono di migliorare i processi, di contenere tempi e costi, assicurando agli utenti risposte rapide e concrete. Sono preziosi anche per i cittadini perché una gestione dei dati che mette le persone al centro semplifica la vita di ciascuno di noi.

## INNOVAZIONE DIGITALE E TECNOLOGIE ABILITANTI

Ma come orientarsi in un universo di Big Data che attualmente nel mon-



©foto di Renato Franceschini

Valeria Sandei,  
Ceo di Almwave

do cresce al ritmo di 2.500 miliardi di miliardi di bytes al giorno? «Servono tecnologie abilitanti, soluzioni di Intelligenza Artificiale, machine learning e strumenti perfezionati per rispondere ad esigenze specifiche, come la cosiddetta vertical AI», spiega Valeria Sandei, amministratore delegato di Almwave, azienda del Gruppo Almagia che propone al mercato prodotti e soluzioni innovative made in Italy, basate sul paradigma del linguaggio naturale e dell'Intelligenza Artificiale. «I nostri laboratori, che sono tutti localizzati in Italia, hanno progettato strumenti in grado di estrarre valore dai Big Data, capaci di agire in oltre 30 lingue. Ciò significa che attraverso interazioni in linguaggio naturale sintetizzate con tecnologie di natural language processing e grazie al supporto dell'AI, si può rispondere in tempo reale a domande complesse provenienti da ogni canale, come telefono, chat, social, mail o solo formulate a voce».

Un esempio concreto? Pensiamo a quanti operino sul campo, con guanti e strumenti, e abbiano bisogno di

esaminare dei documenti, di avere informazioni o registrare il loro intervento: senza bisogno di maneggiare il device mobile, con il solo uso della voce, possono interrogare il sistema per consultarsi sulle operazioni da effettuare. La tecnologia Almwave interpreta la voce, comprende la richiesta e fornisce la risposta corretta grazie all'apprendimento automatico delle macchine e alla costruzione di modelli analitici, tanto precisi quanto profilati per lo specifico ambito d'interesse. Non solo, quando infine si presenta la necessità di registrare gli interventi effettuati, sempre a voce, gli operatori possono descriverli al tablet e le soluzioni di AI interpretano il linguaggio naturale, trascrivono in tempo reale e classificano le informazioni, che restano così archiviate nella base dati aziendale, arricchendo il patrimonio di conoscenze condivise.

## SOCIAL INTELLIGENCE, SENTIMENT E REPUTATION

Anche il rapporto sui Big Data pubblicato quest'anno da Agcom, Antitrust e Garante della Privacy dimostra la necessità delle aziende di ricorrere a strumenti di Data Integration. Lo studio ha infatti svelato come entro il 2025 l'aumento esponenziale dei dati nel mondo arriverà a raggiungere un volume complessivo di 163 zettabyte, cioè 163 trilioni di gigabyte. Inoltre, secondo una ricerca condotta da Gartner, a fine 2020 i dispositivi connessi a qualsiasi tipo di tecnologia erano circa 20,6 miliardi a livello globale. «Cifre che fanno ben capire quanto siano indispensabili ampie competenze e diversificate esperienze nelle più avanzate tecnologie semantico-statistiche di AI unite alla conoscenza dei processi di management per rispondere alla domanda di un settore che è in forte espansione», aggiunge Sandei. «Anche per sondare la percezione di una realtà sul web, indagando il sentiment e la reputation sulla rete».

