

IA e futuro del lavoro: così De Agostini Publishing sta migliorando l'efficienza operativa

2025-04-14 12:01:33 di Forbes.it

URL:<https://forbes.it/2025/04/14/ai-futuro-lavoro-nuova-sfida-de-agostini-publishing/>

L'adozione dell'intelligenza artificiale non è solo una scelta strategica, ma una necessità per le aziende che vogliono rimanere competitive in un contesto economico sempre più complesso e dinamico. L'Ai non solo migliora l'efficienza operativa, ma apre a nuove opportunità per soddisfare meglio le esigenze e ridurre i costi, rendendo l'organizzazione più agile e pronta ad affrontare le sfide future. Spesso, però, la mancanza di competenze tecniche, la complessità tecnologica, la difficoltà nell'individuare i casi d'uso corretti e prioritari rallentano, se non addirittura arrestano, l'adozione dell'Ai in azienda. Qual è il giusto approccio da seguire quando si introduce l'intelligenza artificiale in azienda? Come ottenere un effettivo vantaggio dall'Ai?

Davide Ardizio, chief information officer di De Agostini Publishing, ha raccontato le motivazioni, le aspettative e l'implementazione di **Daisy**, una piattaforma multi-agent di intelligenza documentale sviluppata insieme a **Mauden**, system integrator di riferimento nel campo dell'Ai.

Innovazione tecnologica al servizio del business

“La trasformazione aziendale in corso ha delle ricadute sui vari dipartimenti aziendali, come le vendite, il marketing, la supply chain, con un aumento del carico di lavoro e delle attività operative”, spiega Davide Ardizio. “In questo contesto, la tecnologia rappresenta un fattore abilitante all'efficientamento di processi e produttività aziendali, nel breve periodo, e ai processi decisionali e predittivi, nel medio-lungo periodo. Introdurre l'Ai può rappresentare un valore strategico aggiuntivo, se affrontata ed applicata con un giusto approccio”.

De Agostini Publishing è una delle società del gruppo multinazionale italiano, presente in oltre 20 paesi, che si occupa dell'ideazione, produzione e distribuzione di collezionabili, opere a fascicoli, hobby e prodotti educativi. Il modello di business è basato proprio sull'innovazione di prodotto e su un'ampia distribuzione internazionale. L'azienda ha intrapreso da tempo un percorso di rinnovamento del business che riguarda l'ampliamento del portafoglio prodotti, l'espansione del mercato di riferimento a livello globale e il rafforzamento del canale e-commerce, senza abbandonare quello retail.

Daisy, l'agente virtuale per i processi aziendali di De Agostini Publishing

Daisy (De Agostini Artificial Intelligence Support Yield) nasce dall'esigenza di avere un agente virtuale, in grado di consultare la *knowledge base* aziendale e fornire risposte rapide e semplici agli utenti, facilitando l'accesso alle informazioni. Gli utenti sono supportati nell'utilizzo dei sistemi aziendali, nella comprensione dei processi e delle procedure interne. “Abbiamo scelto di affidarci a Mauden, non solo per la competenza tecnica e consulenziale di questo system integrator, ma soprattutto perché è stata la realtà aziendale che ci ha presentato dei casi d'uso concreti che rispecchiavano esattamente le nostre esigenze”, continua Ardizio. “Il supporto di Mauden è stato importante in fase di progettazione e, prima di questa, nella valutazione della migliore modalità di erogazione del servizio. Abbiamo considerato il numero di richieste per utente e il dimensionamento ipotetico del consumo, valutando il possibile ritorno dell'investimento”.

“Per quanto riguarda l’architettura di Daisy, il cliente ha optato per l’approccio infrastrutturale as-a-service. Quindi una soluzione a consumo che consente al tempo stesso di sfruttare flessibilità, versatilità e scalabilità,” spiega **Daniele Natali, technology leader della Lob data, Ai & automation di Mauden**. “Questa modalità di erogazione è in linea con la volontà del cliente di agire con gradualità nell’introdurre l’intelligenza artificiale in azienda, valutarne adeguatamente i costi e comprendere l’effettivo engagement degli utenti. La collaborazione con De Agostini Publishing è un esempio virtuoso della metodologia di ‘journey to Ai’, con percorsi personalizzati e cuciti sulle specifiche esigenze”.

Daisy accede a tutta la *knowledge base* dedicata alla supply chain, ai processi marketing & sales, alla sicurezza It e alle procedure Hr aziendali. Questo include tutti i processi che regolamentano i canali di vendita, le funzionalità, i sistemi di supporto e le codifiche utilizzate dagli utenti. È stato sviluppato un unico agente virtuale, che si estende man mano che si aggiungono nuovi documenti. Inoltre, l’obiettivo di Daisy è di ridurre progressivamente il numero e la ripetitività dei ticket, con conseguente efficientamento dei relativi costi di supporto It.

La piattaforma è nativamente multilingua. Le lingue principali per esigenze di business sono italiano, inglese, spagnolo e giapponese. L’agente virtuale è, però, in grado di rispondere in tutte le lingue, indipendentemente da quella utilizzata per la redazione del documento specifico. È fondamentale intervenire in azienda per mantenere alta l’attenzione ed evitare che, dopo un primo ‘effetto wow’, si perda l’interesse dell’utente determinando il fallimento del progetto. Per Ardizio, questo significa “investire nella formazione, per preparare ad un uso adeguato di Daisy e definire le giuste aspettative. Diventa strategico coinvolgere attivamente gli utenti attraverso un sistema di feedback implementato nella piattaforma”.

Le prossime tappe di Daisy e le aspettative

Daisy attualmente è un agente virtuale implementato per De Agostini Publishing. Il prossimo step sarà la sua estensione ad altre aree aziendali, che potrà implicare anche il coinvolgimento di altre realtà del gruppo.

La profilazione degli accessi è già pronta e parametrizzabile. “In futuro, potremo creare nuovi Daisy con profili di accesso specifici per ogni gruppo di utenti,” spiega Ardizio. “Introducendo il concetto di multi-agent, ogni agente sarà riservato ad uno specifico tema di approfondimento, con le necessarie autorizzazioni in base al ruolo dell’utente. Inoltre, ogni agente potrà interagire con altri agenti per fornire risposte coordinate e tenendo conto delle informazioni a cui l’utente è autorizzato ad accedere”.