

Un innovativo  
white paper di Forrester Consulting  
commissionato da IBM

Gennaio 2020

# Superare gli ostacoli per scalare l'IA

Investire nell'IA e scolarla per diventare leader  
di settore

# Indice

- 1 Prospetto riassuntivo
- 2 L'IA diventa una capacità indispensabile per raggiungere e sostenere la leadership del settore
- 4 La scalabilità dell'IA è la prossima sfida per sbloccare il valore moltiplicativo dai dati
- 6 Per diventare leader di settore, le aziende devono rispondere all'imperativo dell'IA
- 8 Indicazioni fondamentali
- 9 Appendice

**Responsabile del progetto:**

Rachel Linthwaite,  
Senior Market Impact Consultant

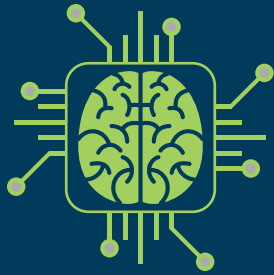
**Ha contribuito alle ricerche:**

Gruppo di ricerca Application  
Development & Delivery di  
Forrester

INFORMAZIONI SU FORRESTER CONSULTING

Forrester Consulting offre servizi di consulenza basati su ricerche indipendenti e oggettive per aiutare i leader di mercato a ottenere risultati eccellenti nelle aziende in cui operano. Tramite i servizi di Forrester Consulting, il cui ambito va da brevi sessioni sulla strategia da seguire a progetti personalizzati, i clienti possono entrare in rapporto diretto con i nostri analisti che applicano i risultati di ricerche approfondite agli specifici problemi a cui le loro aziende devono far fronte. Per ulteriori informazioni, visitare [forrester.com/consulting](https://forrester.com/consulting).

© 2020, Forrester Research, Inc. Tutti i diritti riservati. È tassativamente vietata la riproduzione non autorizzata. Le informazioni sono basate sulle migliori risorse disponibili. Le opinioni espresse rispecchiano le valutazioni compiute al momento e sono soggette a modifiche. Forrester®, Technographics®, Forrester Wave, RoleView, TechRadar e Total Economic Impact sono marchi di Forrester Research, Inc. Tutti gli altri marchi sono di proprietà delle rispettive società. Per ulteriori informazioni, visitare il sito [forrester.com](https://forrester.com). [E-45748]



L'intelligenza artificiale alimenterà la prossima era del progresso umano.



Le aziende che hanno scalato l'IA hanno una probabilità quasi sette volte maggiore di essere quelle in più rapida crescita nel loro settore rispetto a quelle che non lo hanno fatto.

## Prospetto riassuntivo

In un momento in cui l'intelligenza artificiale (IA) è considerata il motore che alimenterà la prossima era del progresso umano, la mancata partecipazione non è più un'opzione commerciale praticabile.<sup>1</sup> Le aziende che desiderano trasformarsi digitalmente devono comprendere che abbracciando lo *status quo* faranno fatica a stare al passo con la concorrenza che ha riconosciuto l'opportunità prima di loro.

Finora, le aziende hanno fatto alcuni esperimenti di IA. Tuttavia, per competere nel 2020 e oltre, le imprese dovranno fare un gigantesco passo in avanti. L'IA è in grado di apportare un enorme valore per le organizzazioni che desiderano ridurre i costi, aumentare la produttività e migliorare l'esperienza dei loro clienti.<sup>2</sup> Non c'è più tempo per esitare. Le imprese devono fare considerevoli investimenti nelle iniziative volte a scalare l'IA nelle loro imprese se desiderano essere leader nei rispettivi settori.

A ottobre 2019, IBM ha incaricato Forrester Consulting di esplorare come le aziende trasformano l'IA in realtà. Forrester ha condotto un sondaggio online con 518 responsabili decisionali di IT, dati e line-of-business globali aventi autorità sui dati, sull'intelligenza artificiale e sulle strategie di analisi delle loro aziende per esplorare questo argomento. Abbiamo scoperto che, sebbene le aziende considerino le iniziative di intelligenza artificiale una priorità assoluta nella trasformazione digitale e un fattore trainante previsto per importanti risultati aziendali, incontrano difficoltà legate a una serie di sfide relative ai dati che impediscono loro di scalare l'IA nelle loro aziende e di trarne il massimo vantaggio competitivo.

### RISULTATI CHIAVE

- › **L'IA è un fattore trainante chiave di crescita aziendale.** Le aziende intervistate prevedono che le iniziative di IA saranno fondamentali per la loro trasformazione digitale. Ciò rappresenterà anche un elemento trainante di crescita del business, una migliore esperienza del cliente (CX) nonché del dipendente (EX). Sebbene al momento le aziende stiano già utilizzando le tecnologie di intelligenza artificiale, sono ora impazienti di scalare i casi d'uso dell'IA nelle loro attività.
- › **I dati sono il maggior ostacolo all'espansione dell'IA.** Purtroppo, il 90% delle aziende ha difficoltà a scalare l'IA nelle proprie aziende e uno dei motivi principali risiede nei dati. Più della metà degli intervistati in questo studio ammette che semplicemente non sa quali siano le esigenze dei propri dati di IA. Inoltre, le aziende hanno difficoltà a garantire la qualità dei dati e problemi di integrazione degli stessi che le rendono incapaci di connettere più fonti di dati. Senza dati accurati, le iniziative di IA sono destinate a fallire, e ciò comporta un aumento dei costi, scadenze mancate e rischi normativi.
- › **I leader di settore stanno già sfruttando il vantaggio competitivo dell'IA.** Avendo già sperimentato vantaggi come il miglioramento dell'efficienza e la crescita del fatturato dalla sperimentazione iniziale, le aziende riconoscono che la scalabilità dell'IA consentirà loro di restare competitivi in un mercato sempre più affollato. Inoltre, abbiamo scoperto che le aziende che hanno scalato l'IA hanno una probabilità quasi sette volte maggiore di essere quelle in più rapida crescita nel loro settore rispetto a quelle che non lo hanno fatto.

# L'IA diventa una capacità indispensabile per raggiungere e sostenere la leadership del settore

Oggi i leader aziendali concordano che l'IA è indispensabile per il successo e la salute delle attività digitali. Quando viene chiesto di stabilire una priorità tra una serie di varie iniziative strategiche, oltre il 60% degli intervistati considera le iniziative relative all'intelligenza artificiale tra le più importanti per la trasformazione digitale di successo. Infatti, attualmente i leader aziendali considerano l'IA la seconda iniziativa più importante, preceduta solo dall'utilizzo di informazioni basate sui dati per migliorare prodotti e servizi. Data l'importanza cruciale dell'IA per le moderne imprese digitali, desideravamo comprendere quale sia l'utilizzo che ne fanno attualmente le aziende. I risultati dello studio rivelano quanto segue:

- Le iniziative di IA supportano la salute generale delle attività.** Le aziende ritengono che le loro iniziative di IA miglioreranno tutti gli aspetti dell'attività, con ripercussioni su clienti, dipendenti e profitti. L'obiettivo principale di tali progetti è aumentare la crescita del fatturato (43%), seguita da vicino dal miglioramento della produttività dei dipendenti, dal miglioramento dell'esperienza del cliente e dalla redditività (vedere Figura 1). Non sorprende che i migliori casi d'uso rispecchino questi obiettivi chiave con oltre il 70% delle aziende che attualmente utilizza o amplia il proprio uso della tecnologia AI, supportando le interazioni del servizio clienti, l'efficienza operativa e gli scenari applicativi di business intelligence.
- Le imprese stanno dando priorità alla formazione per intraprendere iniziative e sviluppare soluzioni.** Il 60% degli intervistati sta attualmente formando il proprio personale in materia di IA/apprendimento automatico (ML)/deep learning. È degno di rilievo che la formazione ha la precedenza sull'identificazione strategica dei casi d'uso (55%), sull'implementazione di soluzioni di terzi (52%) e sullo sviluppo di soluzioni di intelligenza artificiale interne (37%). Senza le giuste competenze in atto, i team avranno difficoltà a trovare soluzioni e non riusciranno a realizzare con successo i casi d'uso.



L'intelligenza artificiale supporta obiettivi aziendali di importanza cruciale come la crescita del fatturato e il miglioramento dell'esperienza del cliente.

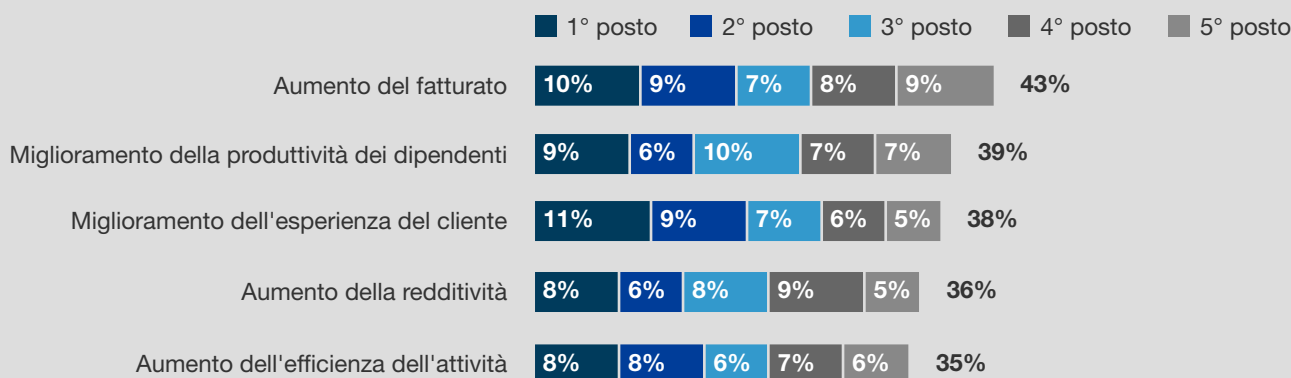
“L'intelligenza artificiale migliora la nostra qualità e ottimizza tutti i processi necessari per le attività e l'esperienza del cliente.”

*Responsabile decisionale con autorità in materia di strategia di IA della sua azienda*



Figura 1

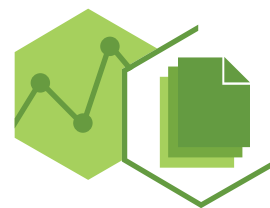
“Quali sono nello specifico gli obiettivi principali che prevede di ottenere con le Sue iniziative di IA?”



Base: 518 responsabili decisionali dei dati globali e di line-of-business (LoB) con autorità sui dati delle proprie aziende, IA e strategia di analisi

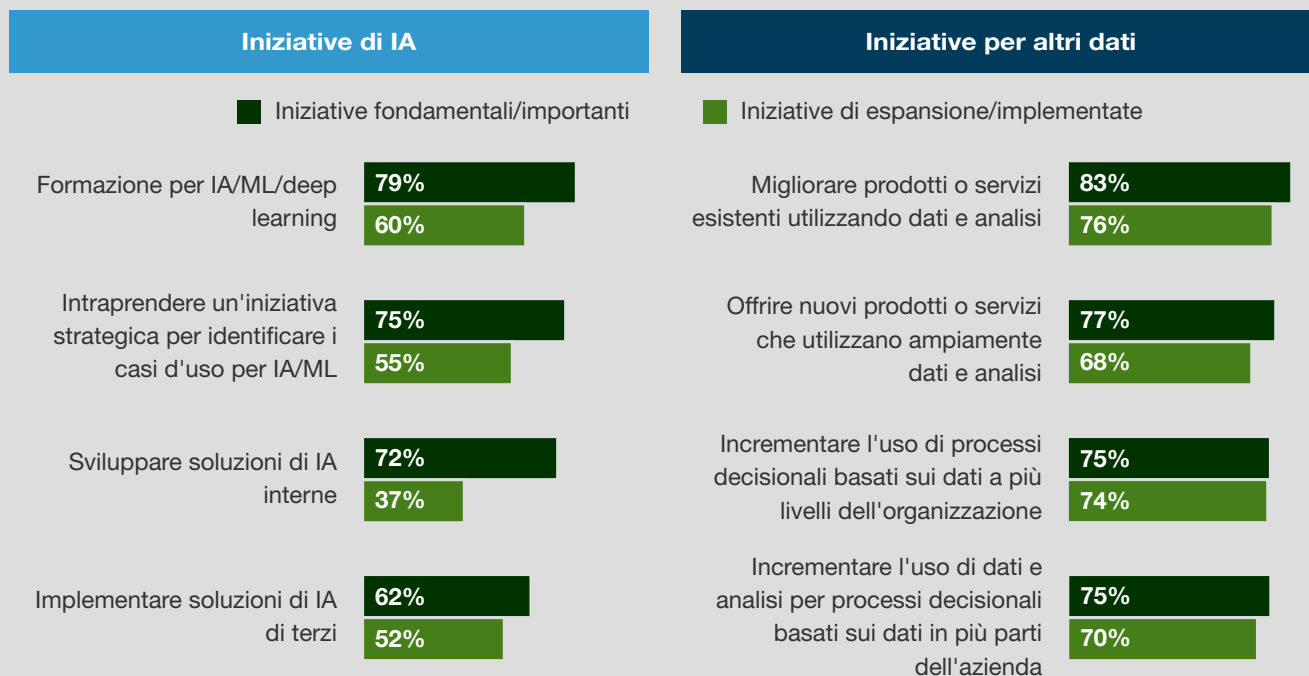
Fonte: uno studio di Forrester Consulting commissionato da IBM, ottobre 2019.

- › **Tuttavia, sussistono delle lacune negli sforzi di attuazione e di espansione.** Nonostante l'importanza delle iniziative di IA, le aziende sono effettivamente più avanti con le altre iniziative legate ai dati. Le lacune nelle iniziative sono molto maggiori per l'impegno di IA che per le iniziative circa i dati e l'analisi riguardo alle quali abbiamo interpellato gli intervistati (vedere Figura 2). Il gap è particolarmente significativo quando si tratta di sviluppare soluzioni interne. Sebbene quasi i tre quarti degli intervistati affermino che è importante, solo il 37% lo sta attualmente facendo. Le aziende hanno compiuto maggiori progressi nel campo delle soluzioni di terzi, concentrandosi principalmente su tecnologie di ML, knowledge engineering e chatbot. Nel complesso, ciò indica che molte aziende potrebbero essere ancora agli inizi nell'uso dell'IA. Sebbene il bisogno e il desiderio siano forti, c'è ancora molto da fare.
- › **Ciononostante, il numero di casi d'uso dell'IA aumenterà.** L'80% delle aziende prevede che il numero di casi d'uso dell'IA aumenterà nei prossimi 18-24 mesi. Per alcuni, questo aumento sarà significativo e il 40% di essi prevede un aumento superiore al 15%. Per rendere conto di questa crescita, le aziende stanno anche pianificando di implementare più tecnologie IA. Più del 30% degli intervistati afferma che stanno implementando o pianificando di implementare la comprensione del linguaggio naturale, piattaforme di business intelligence potenziata con intelligenza artificiale e tecnologie di robotica entro i prossimi 12 mesi.



L'80% delle aziende prevede che entro i prossimi due anni il numero dei casi d'uso dell'IA aumenterà.

Figura 2



Base: 518 responsabili decisionali dei dati globali e di line-of-business (LoB) con autorità sui dati delle proprie aziende, IA e strategia di analisi. Non sono mostrate tutte le risposte.

Fonte: uno studio di Forrester Consulting commissionato da IBM, ottobre 2019.

# La scalabilità dell'IA è la prossima sfida per sbloccare il valore moltiplicativo dai dati

Le aziende dichiarano di avere fiducia nell'implementazione di nuovi casi d'uso, nell'identificazione delle distorsioni nei modelli attuali e nella gestione dei dati per l'IA. Tuttavia, questa fiducia potrebbe essere malriposta. Perché? La maggior parte degli intervistati (90%) ammette di avere difficoltà a scalare il numero dei casi d'uso di IA nelle proprie aziende. Quindi, cosa sta causando esattamente questo sfasamento e in definitiva sta frenando le aziende?

## I DATI COSTITUISCONO UNA GRANDE SFIDA

I sistemi di intelligenza artificiale sono validi solo quanto i dati utilizzati per addestrarli.<sup>3</sup> Purtroppo, meno del 50% di tutte le aziende intervistate ritiene di riuscire a sfruttare al meglio i dati per le proprie iniziative di IA. Addirittura, il 12% ammette di non avere alcun successo. Ciò rappresenta un problema poiché l'IA non può semplicemente avere successo senza dati adeguatamente preparati e curati. Un fattore alla base di questo problema potrebbe essere l'ampia gamma di tipi di dati che le aziende attualmente sfruttano per l'IA, comprendendo tutto, dalle immagini e dai dati relazionali strutturati a testi e grafici (vedere Figura 3). Tuttavia, i problemi relativi ai dati delle imprese tendono a rientrare in tre categorie generali (vedere Figura 4):

- › **Qualità dei dati.** I problemi relativi alla qualità rappresentano per le organizzazioni il problema principale relativo ai dati (58%). Ciò è verosimilmente aggravato dalla mancanza di dati ben curati per addestrare i sistemi di IA (45%) e da problemi di governance dei dati (40%). Pertanto non deve sorprendere che poco meno della metà di tutte le aziende non abbia fiducia nella proprie capacità di garantire la qualità dei dati.
- › **Integrazione.** La mancanza di integrazione è anch'essa un problema importante. Più del 50% delle aziende ha problemi con l'integrazione dei dati sia per quanto riguarda le piattaforme di data science/ML sia le piattaforme di analisi/business intelligence. Questo è il motivo per cui oltre un terzo degli intervistati non ha fiducia nelle proprie capacità di connettere più fonti di dati.
- › **Mancanza di comprensione.** Forse il risultato più inquietante del nostro sondaggio è che il 52% degli intervistati semplicemente non è consapevole delle esigenze dei propri dati di IA e ciò è preoccupante. Se le aziende non sanno di cosa hanno bisogno, andranno incontro a uno di questi due scenari: avventurarsi ciecamente in iniziative di IA destinate a fallire o, peggio ancora, non provarci del tutto.

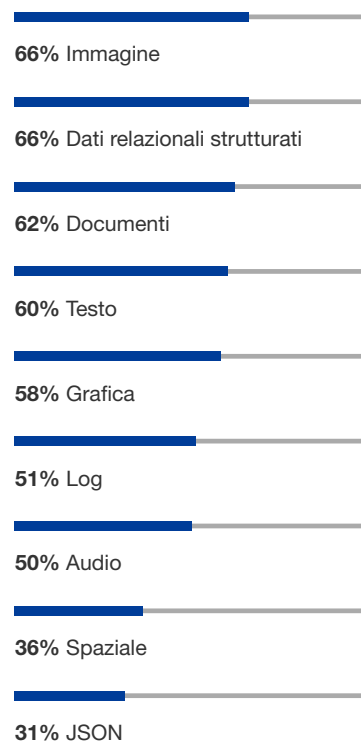
## Senza dati adeguatamente preparati e accurati, le iniziative di IA sono destinate a fallire.

### LE AZIENDE SONO ANCHE FLAGELLATE DA UNA MIRIADE DI PROBLEMI RIFERIBILI AL TALENTO E ALLA TECNOLOGIA

- › **La mancanza di competenze è un problema incombente.** Le aziende hanno ragione a dare la priorità alla formazione come principale iniziativa di IA. Tre delle quattro sfide principali per i talenti indicano che i team non dispongono delle competenze necessarie per scalare l'IA. Vi è grande carenza in materia di data engineering (71%), data science (70%) e competenze degli sviluppatori (65%). Il problema dei team scarsamente qualificati è esacerbata dall'incapacità generale di adottare le migliori pratiche (67%) e dal disallineamento tra i team di analisi e data science. Disporre di dipendenti adeguatamente qualificati non è solo essenziale per il successo delle iniziative di IA, ma è anche fondamentale aiutare le aziende a realizzare i loro obiettivi volti al miglioramento della produttività dei dipendenti.

Figura 3

Tipi di dati utilizzati per le iniziative di IA



Base: 518 responsabili decisionali dei dati globali e di line-of-business (LoB) con autorità sui dati delle proprie aziende, IA e strategia di analisi

Fonte: uno studio di Forrester Consulting commissionato da IBM, ottobre 2019.

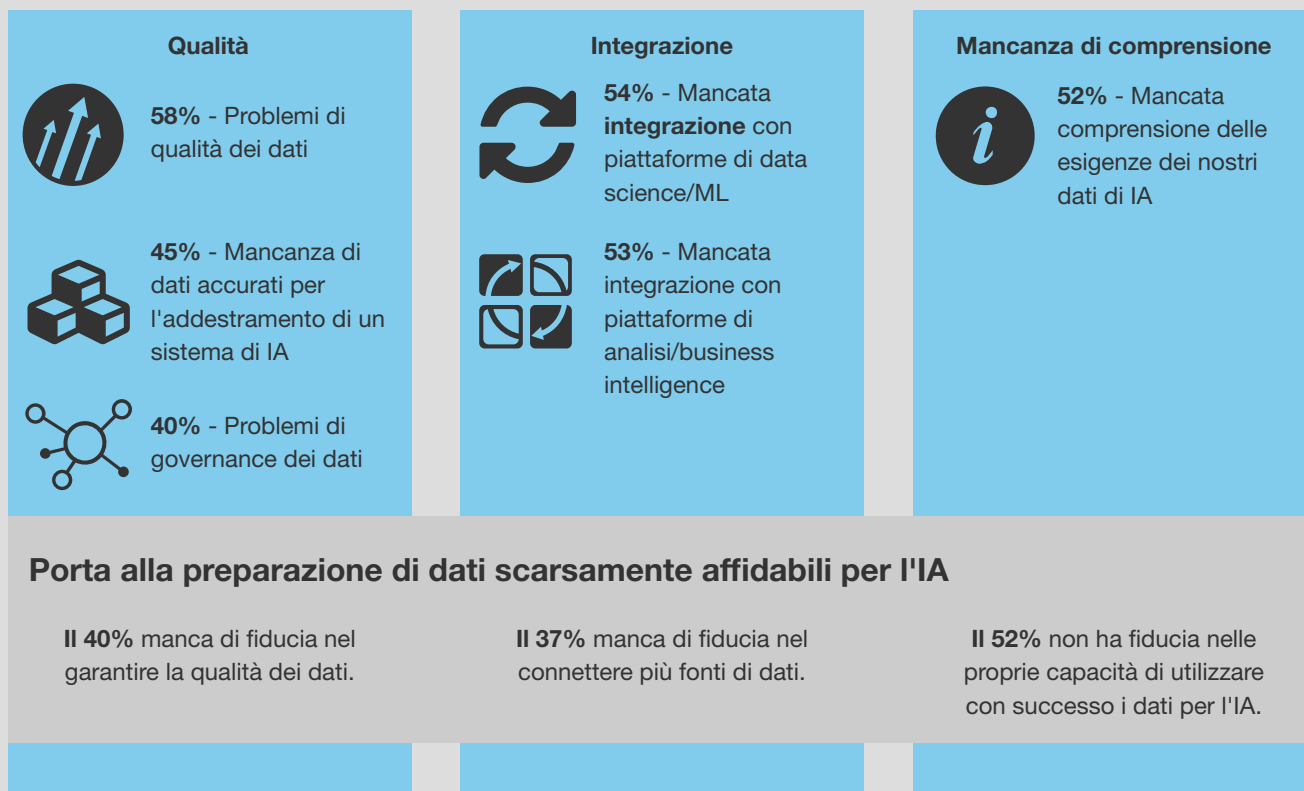
Attenzione: più della metà dei responsabili della strategia di intelligenza artificiale della propria azienda non comprende le esigenze dei propri dati di IA.

› **Le aziende non dispongono degli strumenti adatti e incontrano difficoltà con l'open source.** Le competenze non sono l'unico elemento a scarseggiare: le aziende devono anche affrontare la carenza di strumenti adeguati. Il 58% degli intervistati indica la mancanza di strumenti e piattaforme per sviluppare modelli avanzati di analisi e apprendimento automatico, il 50% necessita di soluzioni per rendere operativi tali modelli e un altro 50% non dispone di soluzioni per monitorare i modelli in produzione. Anche l'open source rappresenta un problema: il 56% degli intervistati afferma di non avere un supporto adeguato per i modelli e il framework di programmazione di ML open source, e un altro 50% ha difficoltà con l'impegno richiesto per implementare e mantenere piattaforme di apprendimento automatico open source.

Questa pletora di sfide è vasta. Quale risultato, le aziende si trovano ad affrontare maggiori costi, tempistiche e rischi connessi alle normative per i progetti di IA. Il 56% degli intervistati ha indicato che il progetto di IA è costato più del previsto, il 41% ha dichiarato che il progetto è stato consegnato in ritardo e il 36% ha riscontrato un aumento del rischio normativo.

Figura 4

**Maggiori problemi relativi ai dati per l'IA**



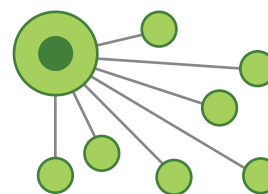
Base: 518 responsabili decisionali dei dati globali e di line-of-business (LoB) con autorità sui dati delle proprie aziende, IA e strategia di analisi  
 Fonte: uno studio di Forrester Consulting commissionato da IBM, ottobre 2019.

## Per diventare leader di settore, le aziende devono rispondere all'imperativo dell'IA

Nonostante la varietà di dati, persone e sfide tecnologiche, le aziende devono continuare a perseguire le loro iniziative di IA. Perché? Perché ciò è fondamentale per la loro stessa sopravvivenza. Abbiamo rilevato che:

- › **Le imprese stanno già traendo dei vantaggi.** Le imprese stanno constatando che le iniziative di AI sono in grado di conseguire obiettivi aziendali chiave (vedere Figura 5). Tra le aziende intervistate, il 62% riscontra migliori esperienze dei clienti, il 60% ha registrato un aumento del fatturato e il 58% ha aumentato la propria redditività. Le aziende stanno anche riscontrando vantaggi in termini di dati: il 64% rileva una gestione dei dati più efficiente e il 59% una maggiore efficienza analitica. All'orizzonte si profilano molti altri vantaggi aziendali, dal miglioramento della produttività dei dipendenti all'aumento dell'acquisizione e della fidelizzazione dei clienti.
- › **Rinunciare non è un'opzione.** Le aziende riconoscono che l'IA offre loro la possibilità di differenziarsi in modo competitivo. Il 50% delle aziende ritiene che la scalabilità dell'IA consentirà loro di rimanere competitive e il 39% è convinto che li renderà leader di settore. Per questo motivo, rinunciare all'IA non è un'opzione. Per dirlo con le parole di un intervistato: "L'intelligenza artificiale è qualcosa in cui ogni industria del mondo sta investendo. Se non state investendo anche voi nell'intelligenza artificiale, non sarete mai al passo".

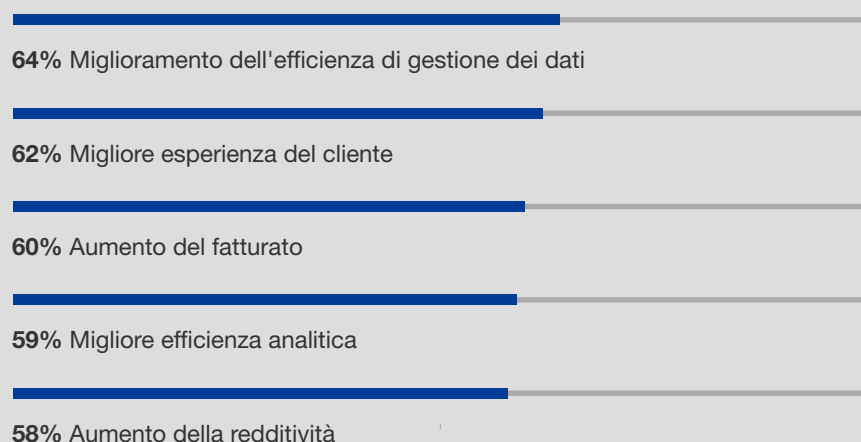
A causa di questo imperativo dell'IA, gran parte delle aziende interpellate prevede di continuare a investire in tecnologie di IA nei prossimi 18-24 mesi, concentrando l'investimento più cospicuo nelle aree in cui sono attualmente indietro. Le piattaforme di business intelligence e robotica potenziata dall'IA sono i campi in cui complessivamente si rileverà il maggiore aumento sebbene in tutti i settori, dalla generazione del linguaggio naturale all'apprendimento automatico, si assisterà a maggiori investimenti in generale.



**L'89% dei responsabili decisionali aziendali concorda che scalare l'IA porta a una differenziazione competitiva.**

Figura 5

“Quali vantaggi aziendali ha riscontrato dalla possibilità di scalare i casi d'uso dell'IA in tutta l'azienda?”



Base: 518 responsabili decisionali dei dati globali e di line-of-business (LoB) con autorità sui dati delle proprie aziende, IA e strategia di analisi. Non sono mostrate tutte le risposte.

Fonte: uno studio di Forrester Consulting commissionato da IBM, ottobre 2019.



## LE AZIENDE CHE SCALANO CON SUCCESSO L'IA SONO LEADER DI SETTORE

Le aziende hanno ancora molta strada da fare per garantire il successo e la maturità dell'intelligenza artificiale: Forrester ha scoperto che il 62% delle imprese ha appena iniziato a fornire servizi di AI.<sup>4</sup> Nonostante ciò, un sottogruppo di aziende è riuscito a delineare con successo un processo per scalare l'IA oggi.

- › **La maturità dell'IA si basa su processi scalabili.** Tra le aziende intervistate, il 43% ha un processo di IA definito, ripetibile e scalabile che ha permesso di conseguire risultati in un'ampia gamma di progetti dimostrabili. La maturità dell'IA è importante perché aiuta le organizzazioni a ottimizzare e automatizzare i processi in tutta l'azienda, consentendo loro di ottenere efficienze e conseguire risultati migliori. Come ha affermato un intervistato, "L'intelligenza artificiale migliora la qualità e ottimizza tutti i processi necessari per le operazioni e l'esperienza del cliente".
- › **I leader dell'IA sono leader di settore.** Le aziende che hanno scalato l'IA hanno una probabilità quasi sette volte maggiore rispetto a quelle che non l'hanno fatto di essere le organizzazioni in più rapida crescita nel proprio settore (vedere Figura 6). D'altra parte, le aziende che non hanno scalato l'IA hanno una probabilità 1,4 volte maggiore di essere semplicemente nella media in termini di tasso di crescita del fatturato rispetto alla concorrenza.

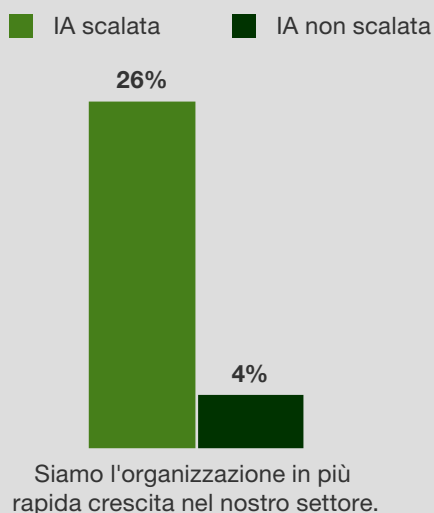
"Il miglioramento della produttività, la riduzione dei costi e il miglioramento della sicurezza possono essere ottenuti con l'impiego dell'IA."

*Responsabile decisionale con autorità in materia di strategia di IA della sua azienda*



Figura 6

"Come si pone il vostro tasso di crescita del fatturato rispetto a quello della concorrenza?"



Base: 518 responsabili decisionali dei dati globali e di line-of-business (LoB) con autorità sui dati delle proprie aziende, IA e strategia di analisi; 223 con un processo ripetibile per scalare l'IA, 295 senza alcun processo ripetibile per scalare l'IA. Non sono mostrate tutte le risposte.

Fonte: uno studio di Forrester Consulting commissionato da IBM, ottobre 2019.

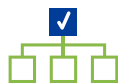
Le aziende che hanno sviluppato un processo ripetibile e di successo per scalare l'IA sono leader nei rispettivi settori.

# Indicazioni fondamentali

L'intelligenza artificiale è una fonte cruciale di vantaggio competitivo. Il percorso più rapido verso soluzioni di intelligenza artificiale leader di settore è quello di formulare ed eseguire una strategia per scalare i casi d'uso dell'IA, da 5 a 50 a 500. Il sondaggio approfondito di Forrester ha prodotto diverse raccomandazioni importanti:



**Realizzare una pipeline di casi d'uso dell'IA consequenziali.** La scalatura dell'IA significa avere casi reali e pronti per l'implementazione. Costituire team di pionieri dell'IA composti da professionisti aziendali ed esperti in tecnologia e intelligenza artificiale per esaminare i processi aziendali critici e le interazioni con i clienti per opportunità di IA. Assegnare priorità ai casi d'uso in base alla fattibilità tecnica e all'impatto sulla leadership di settore della propria azienda. L'impiego di un obiettivo di impatto della leadership di settore garantirà che i casi d'uso dell'IA implementati siano rilevanti per la trasformazione digitale rispetto alla concorrenza, anziché semplicemente migliorare i processi aziendali esistenti.



**Formare team di ingegneria IA.** I data scientist sono fondamentali per trasformare i dati in modelli di IA intelligenti. Tuttavia, un appunto che viene spesso fatto dai data scientist e dalle aziende è la mancata attuazione dei modelli di IA. Questo perché l'implementazione dei casi d'uso di IA trasformativa richiede un team più ampio (di ingegneri IA) composto da data scientist, analisti aziendali, sviluppatori, professionisti delle operazioni e project manager. La costituzione di team di ingegneria IA interfunzionali che collaborino fin dall'inizio dell'implementazione dei casi d'uso solleva problemi tecnici che possono essere affrontati parallelamente allo sviluppo del modello.



**Analizzare le figure su cui l'IA avrà delle ripercussioni.** L'IA influenza il futuro del lavoro. Come tutta la tecnologia, l'IA automatizzerà alcuni processi, aumenterà le capacità dei dipendenti e porterà alla creazione di ruoli completamente nuovi per i lavoratori. Per ogni caso d'uso dell'IA, creare delle figure che rappresentino i dipendenti e i clienti esistenti su cui le soluzioni di IA potrebbero avere delle ripercussioni. Analizzare il modo in cui la soluzione di IA avrà un impatto sul ruolo dal punto di vista di ogni figura. Utilizzare questa analisi per aiutare le persone a comprendere come la tecnologia migliorerà l'azienda, l'esperienza del cliente e il loro stesso ruolo.

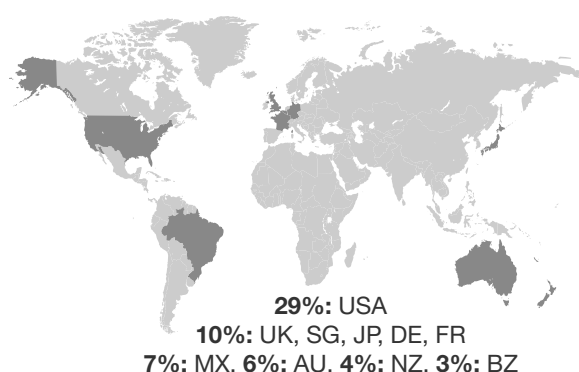


**Ottenere il sostegno del consiglio.** In definitiva, i dirigenti e i consigli rimarranno responsabili delle azioni e delle mancate azioni di un'azienda. La maggior parte di essi comprende la necessità trasformativa dell'IA nel proprio settore, ma potrebbe non comprendere la portata e gli investimenti necessari per implementare l'IA in scala. È necessario educarli sul successo dei casi d'uso iniziali, definendo accuratamente anche la tecnologia e i requisiti organizzativi per implementare i casi d'uso dell'IA in scala.

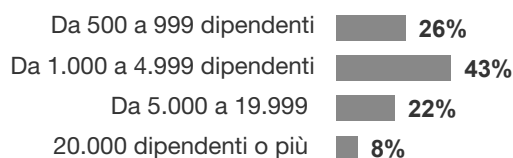
## Appendice A: Metodologia

Per questo studio, Forrester ha condotto un sondaggio online su 518 responsabili decisionali IT, di dati e line-of-business negli Stati Uniti, nel Regno Unito, in Germania, Francia, Singapore, Giappone, Australia, Nuova Zelanda, Messico e Brasile per valutare le modalità con cui le imprese investono e tentano di scalare i casi d'uso dell'IA. Forrester ha offerto agli intervistati un incentivo come ringraziamento per il tempo dedicato al sondaggio. Lo studio è iniziato a ottobre 2019 ed è stato completato a novembre 2019.

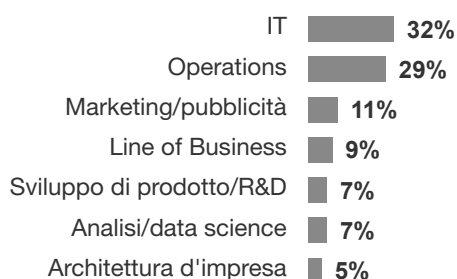
## Appendice B: Dati demografici



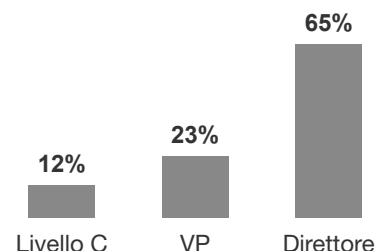
### DIMENSIONI AZIENDA



### REPARTO



### TITOLO



### SETTORE



Base: 518 responsabili decisionali dei dati globali e di line-of-business (LoB) con autorità sui dati delle proprie aziende, IA e strategia di analisi

Nota: la somma delle percentuali potrebbe essere diversa da 100 a causa di arrotondamenti.

Fonte: uno studio di Forrester Consulting commissionato da IBM, ottobre 2019.

## Appendice C. Materiale supplementare

### RICERCHE CORRELATE CONDOTTE DA FORRESTER

“Il futuro dell'apprendimento automatico è inarrestabile”, Forrester Research, Inc., 25 aprile 2019.

“Previsioni per il 2020: intelligenza artificiale”, Forrester Research, Inc., 30 ottobre 2019.

“Infografica Forrester: IA al vaglio della realtà”, Forrester Research, Inc., 17 maggio 2019.

## Appendice D. Note finali

<sup>1</sup> Fonte: “Il futuro dell'apprendimento automatico è inarrestabile”, Forrester Research, Inc., 25 aprile 2019.

<sup>2</sup> Fonte: “Previsioni per il 2020: intelligenza artificiale”, Forrester Research, Inc., 30 ottobre 2019.

<sup>3</sup> Fonte: “Infografica Forrester: IA al vaglio della realtà”, Forrester Research, Inc., 17 maggio 2019.

<sup>4</sup> Ibid.