

Deloitte punta sull'Intelligenza Artificiale Generativa. Nasce il Competence Center per la GenAI

The Deloitte logo, featuring the word "Deloitte" in a bold, black, sans-serif font, followed by a green dot.

Deloitte punta sull'Intelligenza Artificiale generativa e annuncia la nascita di un Competence Center per la GenAI guidato da Lorenzo Cerulli e composto da oltre 100 esperti dedicati. Nell'ottica di rafforzare ulteriormente il proprio impegno su questo fronte, nei prossimi tre anni sono previste oltre 500 assunzioni in ambito GenAI/Intelligenza Artificiale.

«L'Intelligenza Artificiale generativa è un'innovazione con potenzialità straordinarie ed è destinata a impattare trasversalmente le aziende di ogni settore», afferma Fabio Pompei, Ceo di Deloitte Central Mediterranean. «Per questo Deloitte ha deciso di investire con decisione sull'AI, puntando sulle competenze e sul know-how necessari ad accompagnare le imprese in questa trasformazione. Si tratta di

una grande sfida non solo per le aziende, ma per l'intero sistema Paese: in un contesto internazionale in cui l'innovazione tecnologica gioca un ruolo sempre più rilevante, presidiare questa frontiera significa contribuire alla competitività e alla crescita dell'Italia nel lungo periodo».

«La crescente disponibilità di potenza di calcolo a cui abbiamo assistito negli ultimi anni, resa possibile grazie alle nuove architetture specializzate nell'accelerare il training e l'evoluzione dei modelli di AI Generativa, sta determinando enormi progressi nella tecnologia. Questo processo sta portando le aziende di tutti i settori a ripensare radicalmente i propri prodotti e modelli di business sfruttando le potenzialità che l'AI generativa può offrire», spiega Lorenzo Cerulli, GenAI DCM Leader. «Il rapido avanzamento dell'IA generativa ha sbloccato una serie di nuove applicazioni di mercato capaci, tra l'altro, di garantire un'enorme crescita della produttività, di accelerare l'ideazione di nuovi prodotti, di trasformare la relazione con il Cliente.

Deloitte è impegnata ad aiutare i propri clienti a cogliere queste nuove opportunità. È un contesto in continua evoluzione e spesso le aziende ne capiscono la potenzialità ma fanno fatica a calarla nel loro modello di business e a trovare applicazioni pratiche che vadano al di là di ipotesi progettuali. Il Competence Center di Deloitte dedicato all'IA generativa fornirà ai clienti la propria consulenza nell'affrontare gli impatti trasformativi di questa tecnologia dirompente e li aiuterà a pianificare, costruire, implementare e rendere operative soluzioni basate sui principali Foundation Model».

Deloitte, inoltre, introdurrà entro il 2024 due centri GenAI specializzati per supportare i clienti nell'accelerare l'adozione della tecnologia GenAI. Due spazi fisici che fungono da ponte tra i clienti e gli esperti di Deloitte, consentendo loro di sfruttare le partnership strategiche. Le aziende clienti potranno toccare con mano le soluzioni create

da Deloitte per la loro Industry, accedendo alle ultime novità nel campo della GenAI. Inoltre, potranno co-creare soluzioni su misura, lavorando con i consulenti di Deloitte ed accedere ad una formazione specializzata per massimizzare gli impatti trasformativi di questa tecnologia rivoluzionaria.

Per far fronte all'aumento di domanda di servizi legati alla GenAI, Deloitte prevede di aumentare significativamente il numero di esperti specializzati attraverso un piano di assunzioni che ha l'obiettivo di reclutare oltre 500 professionisti qualificati nei prossimi tre anni. In aggiunta a questo, la previsione è quella di erogare oltre 350 mila ore di formazione su GenAI, abilitando tutti i 17 mila dipendenti del network DCM (Italia, Grecia, Malta) all'accesso a un ampio ventaglio di corsi, workshop, risorse e strumenti dedicati.

Per rafforzare ulteriormente il proprio know-how, inoltre, Deloitte sta avviando collaborazioni strategiche con istituti accademici e centri di ricerca leader nel campo dell'intelligenza artificiale generativa.

Queste partnership sono facilitate dall'AI Institute, il punto di riferimento global sull'AI di Deloitte, che mette in contatto Deloitte con start-up innovative, team internazionali di ricerca e sviluppo, e tecnologie all'avanguardia. Queste collaborazioni permettono di promuovere approcci, metodologie e tecnologie all'avanguardia per i clienti, facilitando lo scambio di conoscenze, l'accesso a risorse aggiornate e la partecipazione a progetti di ricerca avanzata.

Lorenzo Cerulli, in Deloitte dal 2008, porta con sé una vasta esperienza, maturata in una carriera dedicata alla strategia in ambito tecnologico. Attualmente è responsabile GenAI per Deloitte Central Mediterranean e ricopre la posizione di responsabile per il comparto Enterprise Technology & Performance, nonché di principale referente per il settore Life Science & Health Care.

Arricchirsi vendendo foto dei piedi? SI, ma...



Negli ultimi anni, abbiamo assistito a un'esplosione di storie di successo online che sembrano uscite direttamente da un sogno. Un recente articolo del Fatto Quotidiano ha fatto scalpore raccontando la storia di Anna Rossi, una giovane che afferma di guadagnare fino a 20.000 euro con le sue foto su OnlyFans, concentrandosi principalmente sui suoi piedi.

Tuttavia, dietro a questo apparentemente facile arricchimento si nascondono molteplici realtà che meritano di essere esplorate. Innanzitutto, è importante capire che il successo online non è mai garantito, e di solito non è così semplice come sembra. Ne ho già scritto, e personalmente mi sono speso più volte sui social e sui media tradizionali e ricordare a quanti pensino di aprire un profilo OF e caricare qualche foto: parafrasando Gianni Morandi, non “uno su mille, ma uno su centomila, ce la fa”, tutti gli altri, semplicemente perdono tempo nella creazione e gestione di account che genereranno pochi o nessun profitto, esponendosi però a tutte

le potenziali conseguenze dell'esposizione social di propri contenuti "intimi". Non possiamo trascurare il fatto che Anna Rossi, come altri creator, ha investito tempo, energia e risorse per costruire la sua presenza online e la sua base di fan.

Inoltre, va detto che il tipo di contenuto che Rossi produce su OnlyFans solleva interrogativi sulla natura della domanda e sulle aspettative dei suoi fan. Ricordiamoci anche che dietro a ogni successo ci sono sacrifici e rischi da affrontare. Non possiamo trascurare la questione della sicurezza online e della gestione della privacy, soprattutto quando ci si espone in modo così intimo su piattaforme come OnlyFans.

In definitiva, il caso di Anna Rossi ci offre uno spunto di riflessione su quanto sia complesso il panorama dei creator online. Non è solo glamour e ricchezza facile, ma anche e soprattutto lavoro vero – spesso di uno staff di professionisti, specializzati ognuno nella gestione di specifici aspetti di questo tipo di presenza social – strategia, aggiornamento costante sui "trend", sui gusti del pubblico e sulle modalità per mantenere al top la propria visibilità (e l'articolo del "ffatto" citato all'inizio, credetemi, rientra proprio in questa strategia!) e un costante confronto con questioni di sicurezza e privacy. È importante affrontare queste sfide con occhi aperti e un approccio realistico, ricordando che il vero successo richiede impegno costante e una passione genuina per ciò che si fa.

“False ESG”: narrazioni

aziendali (in)autentiche?



False ESG

Narrazioni aziendali (in)autentiche?

Dibattito su sostenibilità e greenwashing,
in vista dell'approvazione del nuovo
regolamento UE sui rating ESG

IULM 6, Via Carlo Bo, 7 - Milano, sala dei 146
6 marzo 2024, h. 16:30-19:30

Con il Patrocinio di **FERPI** FEDERAZIONE
RELAZIONE PUBBLICHE
ITALIANA

partecipazione gratuita previa registrazione su: <https://tinyurl.com/ysfkup6l>

16:30 ingresso e registrazione dei partecipanti

h 17:00 introduzioni di **Stefania Romenti**, docente di strategic communication, Delegata del Rettore alla Sostenibilità dell'Università IULM, e **Filippo Nani**, Presidente FERPI

h 17:20 talk/tavola rotonda moderata da **Luca Yuri Toselli**, giornalista specialista in sostenibilità ambientale e sociale.

Con la partecipazione di:

Alberto Pirni, Professore di Filosofia morale, Scuola Superiore Sant'Anna - **Luca Poma**, Professore di Reputation management, Università LUMSA - **Tiziana Beghin**, Membro Parlamento Europeo - **Alessandra Dolci**, Magistrato, Direzione Distrettuale Antimafia - **Lucia Dal Negro**, CEO De-LAB - **Cristiana Rogate**, founder Refe Strategie di sviluppo sostenibile - **Massimiliano Corsano**, esperto di sostenibilità ambientale - **Federica Doni**, Docente di Economia Aziendale Univ. Milano-Bicocca, delegata OIBR - **Federica Ricceri**, Professore di Economia Aziendale, esperta in Sustainability Reporting - **Ada Rosa Balzan**, founder ARB, esperta ESG - **Roberto Scrivo**, Sustainability Officer Gruppo Engineering - **Barbara Cimmino**, Head CSR & Innovation Yamamay - **Pina Mancuso** e **Virginia Losito**, Leroy Merlin Italia - **Nicola Menardo**, Avvocato, Studio legale Grande Stevens - **Matteo Aiolfi**, chairman Espresso CS - **Giorgia Grandoni**, Consulente e ricercatrice, centro studi di Reputation Management Srl

h 19:20 Q&A con il pubblico

h 19:30 chiusura lavori

Lo scenario competitivo è caratterizzato dalla circolazione sempre più libera di persone, beni e capitali, filiere di fornitura lunghe e frammentate su scala globale, e uno spazio geografico degli scambi e degli investimenti sempre più ampio.

Cresce quindi la domanda di informazioni credibili e affidabili sulle imprese, ma non più limitate solo a prodotti e relativi prezzi, o al profilo generale e organizzativo, ma anche sui rischi di impatti avversi futuri sull'impresa e i suoi stakeholder per un'ampia gamma di aspetti di natura non finanziaria, come governance, diritti umani e condizioni di lavoro, sicurezza, ambiente ed etica di business, tutti fattori potenzialmente "sensibili" dal punto di vista della reputazione delle aziende.

L'evento "False ESG: Narrazioni aziendali (in)autentiche?", patrocinato da FERPI e ospitato dall'Università IULM di Milano, si pone al centro di questo dibattito cruciale: con

l'avvicinarsi dell'adozione del nuovo regolamento UE sui rating ESG e con le nuove indicazioni di Bruxelles sulle etichettature *green* di prodotti e servizi, la discussione assume contorni ancora più definiti, sottolineando l'importanza di affrontare le sfide legate al rischio di greenwashing e alla veridicità delle informazioni ESG.

L'incontro, previsto per il pomeriggio del 06 marzo 2024 ed organizzato sotto forma di talk brevi, ricchi di contenuti ed incisivi, vedrà la partecipazione di autorevolissimi protagonisti del campo delle università, della sostenibilità, del management della reputazione e della sua regolamentazione e della filosofia e della comunicazione, al fine di garantire un approccio realmente multidisciplinare a questi argomenti di stringente attualità, oltre che testimonianze da parte di brand di primo piano come Yamamay e Leroy Merlin, che condivideranno la loro visione su come le aziende possono e devono navigare il complesso panorama ESG.

“La necessità di un confronto aperto e costruttivo su questi temi – ha dichiarato il Prof. Luca Poma – è evidenziata dal deflagrare anche recente di numerose crisi reputazionali, che hanno messo in luce come la sola pubblicazione di bilanci di sostenibilità non sia sufficiente a garantire l'autenticità del rapporto tra le aziende e i cittadini. Quest'evento – ha concluso il Professore – si propone quindi di esplorare le modalità con cui le organizzazioni possono evitare il rischio di sanzioni, sempre più paragonabili alla fattispecie del 'falso in bilancio', a causa di narrazioni aziendali inautentiche e non genuine relative alla sostenibilità ambientale, sociale e di governance”.

Dettagli dell'Evento:

- **Luogo:** in presenza presso la *Sala dei 146*, Università IULM, Via Carlo Bo n. 7 (Linea Verde MM2, fermata Romolo) o in streaming online al

link <https://go.iulm.it/ferpi0603>

▪ **Data e Orario:** 06 marzo 2024, dalle 16:30 alle 19:30

▪ **Programma:**

- 16:30: ingresso e registrazione dei partecipanti
- 17:00: saluti introduttivi della delegata per la sostenibilità del Magnifico Rettore IULM Prof.ssa Stefania Romenti, docente di Strategic communication e di Filippo Nani, Presidente nazionale FERPI
- 17:15: talk moderati dal giornalista Luca Yuri Toselli, con la partecipazione (in ordine alfabetico per cognome) di:
 - Matteo Aiolfi, chairman Espresso Communication
 - Ada Rosa Balzan, Founder e CEO di ARB S.B.p.A., autrice ed esperta di tematiche ESG
 - Tiziana Beghin, membro del Parlamento Europeo, Commissione per il Commercio Internazionale
 - Barbara Cimmino, Head CSR & Innovation Yamamay
 - Massimiliano Corsano, esperto di sostenibilità ambientale
 - Lucia Dal Negro, CEO De-LAB Consulting
 - Federica Doni, Professore di Economia Aziendale all'Università Milano Bicocca, delegata Fondazione OIBR – Organizzazione Italiana Business Reporting
 - Giorgia Grandoni, consulente e ricercatrice presso il Centro studi della start-up Reputation Management S.r.l.
 - Pina Mancuso e Virginia Losito, Leroy Merlin Italia
 - Nicola Menardo, Avvocato penalista, Studio legale Grande Stevens
 - Alberto Pirni, Professore di Filosofia

- morale, Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa
- Luca Poma, Professore di Reputation management e Scienze della Comunicazione, Università LUMSA di Roma e Università della Repubblica di San Marino
 - Cristiana Rogate, founder Refe – Strategie di sviluppo sostenibile
 - Federica Ricceri, Professore di Economia Aziendale IULM, esperta in Sustainability Reporting
 - Stefania Romenti, docente di Strategic communication

- 19:15: Q&A con il pubblico
- 19:30: chiusura lavori

False ESG": narrazioni aziendali (in)autentiche? – Dibattito su sostenibilità e greenwashing alla IULM di Milano

False ESG



Narrazioni aziendali (in)autentiche?

Dibattito su sostenibilità e greenwashing,
in vista dell'approvazione del nuovo
regolamento UE sui rating ESG

IULM 6, Via Carlo Bo, 7 - Milano, sala dei 146
6 marzo 2024, h. 16:30-19:30

Con il Patrocinio di **FERPI** FEDERAZIONE
RELAZIONI
PUBBLICHE
ITALIANA

partecipazione gratuita previa registrazione su: <https://tinyurl.com/ysfkup6l>

16:30 ingresso e registrazione dei partecipanti

h 17:00 introduzioni di **Stefania Romenti**, docente di strategic communication, Delegata del Rettore alla Sostenibilità dell'Università IULM, e **Filippo Nani**, Presidente FERPI

h 17:20 talk/tavola rotonda moderata da **Luca Yuri Toselli**, giornalista specialista in sostenibilità ambientale e sociale.

Con la partecipazione di:

Alberto Pirni, Professore di Filosofia morale, Scuola Superiore Sant'Anna - **Luca Poma**, Professore di Reputation management, Università LUMSA - **Tiziana Beghin**, Membro Parlamento Europeo - **Alessandra Dolci**, Magistrato, Direzione Distrettuale Antimafia - **Lucia Dal Negro**, CEO De-LAB - **Cristiana Rogate**, founder Refe Strategie di sviluppo sostenibile - **Massimiliano Corsano**, esperto di sostenibilità ambientale - **Federica Doni**, Docente di Economia Aziendale Univ. Milano-Bicocca, delegata OIBR - **Federica Ricceri**, Professore di Economia Aziendale, esperta in Sustainability Reporting - **Ada Rosa Balzan**, founder ARB, esperta ESG - **Roberto Scrivo**, Sustainability Officer Gruppo Engineering - **Barbara Cimmino**, Head CSR & Innovation Yamamay - **Pina Mancuso** e **Virginia Losito**, Leroy Merlin Italia - **Nicola Menardo**, Avvocato, Studio legale Grande Stevens - **Matteo Aiolfi**, chairman Espresso CS - **Giorgia Grandoni**, Consulente e ricercatrice, centro studi di Reputation Management Srl

h 19:20 Q&A con il pubblico

h 19:30 chiusura lavori

Dibattito su sostenibilità e greenwashing, in vista del nuovo regolamento UE sui rating ESG

“False ESG”: narrazioni aziendali (in)autentiche?



Dibattito su sostenibilità e greenwashing, in vista del nuovo regolamento UE sui rating ESG