



**BORGOGNA**  
GENERATION FUTURE

# Generation Future

**L'insoddisfazione verso i chatboot, sta accelerando lo sviluppo dell'intelligenza artificiale e l'utilizzo degli avatar**



*Generation Future è la «casa» dell'innovazione, della digitalizzazione, dello IoT, quali motori del progresso economico e sociale. Energia pulita, connettività, salute, logistica, mobilità, sono il centro di questi cambiamenti. Vogliamo essere player, business angel delle start-up e delle imprese che vorranno affrontare il domani con successo. Generation Future ha l'ambizione di rendere possibile il futuro.*



**BORGOGNA**  
GENERATION FUTURE

**Chi è nato dagli anni 70 in poi, è cresciuto con le immagini fantascientifiche di assistenti virtuali o di forme affascinanti di intelligenza artificiale, protagoniste di film di successo. Ciò che ha sempre colpito il nostro immaginario è stato il modo di comunicare tipicamente umano, le emozioni che spesso vivevano, che creavano così una connessione emotiva con gli spettatori dei film, razionalmente inimmaginabile.**

**Nulla a che vedere con quei chatbot freddi e impersonali con i quali ci capita talvolta di dover «dialogare», che senza successo hanno provato a sostituire l'assistenza di un essere umano. Il passaggio all'utilizzo dei chatboot, come spesso avviene, è nato per ragioni economiche, perchè in molti casi il costo dei dipendenti di un call center è diventato insostenibile, malgrado si faccia ricorso alla delocalizzazione in paesi con una manodopera a basso costo.**

**Ma, d'altra parte, era lecito aspettarsi un risultato simile. Studi scientifici da anni dimostrano che le parole rappresentano solo il 7% della comunicazione, il restante 93% del messaggio viene comunicato usando il tono di voce ed il linguaggio del corpo.**

**Diventa indispensabile quindi trovare un punto di incontro tra la necessità delle imprese di contenere i costi e quelle dei consumatori di avere l'assistenza di un umano *empatico*.**



**BORGOGNA**  
GENERATION FUTURE

**Le aziende, in particolare quelle dei paesi avanzati, devono affrontare una pressione crescente sui costi, ma al tempo stesso sono schiacciate dalla necessità di migliorare la *customer experience* dei loro clienti. Il punto è che oggi, un'interazione umana costante non è più una scelta sostenibile. Dal punto di vista delle imprese, l'utilizzo dei chatbot ha risolto molti dei compiti più semplici, lasciando al personale del customer care molto più tempo per la soluzione di problemi più complessi che richiedono effettivamente il ricorso alle capacità umane.**

**Le proiezioni di numerose istituti di ricerca, ci dicono che entro il prossimo anno si avranno risparmi per 8 miliardi grazie all'utilizzo di queste tecnologie. Il problema delle imprese è che le aspettative dei clienti, sul fronte della *customer experience*, continuano a crescere e spesso l'acquisizione di nuove quote di mercato passa per l'adozione di strategie vincenti adottate nel settore della *customer journey*.**

**La necessità di trovare un punto di incontro di queste due esigenze sta spingendo sempre di più verso l'innovazione. La sintesi ideale, probabilmente è rappresentata dal binomio ideale *Uomo + Artificial Intelligence* che porti alla creazione di funzionalità di prodotto ideate per funzionare in armonia con gli esseri umani e le loro necessità di empatia.**



**BORGOGNA**  
GENERATION FUTURE

Esiste ovviamente un rovescio della medaglia che ci rappresenta un quadro totalmente diverso.

Secondo un report di Chatbots Magazine, il 43% degli intervistati preferisce dialogare con una persona piuttosto che con un chatbot. La ragione è semplice; infatti, sebbene gli algoritmi di riconoscimento del linguaggio siano in continua evoluzione ed i chatbot stiano ampliando la loro capacità di *problem solving*, l'esperienza di un consumatore è ancora spesso a dir poco frustrante, visto che i chatbot non hanno ancora raggiunto gli stessi livelli di comprensione dell'essere umano.





**BORGOGNA**  
GENERATION FUTURE

**L'idea dell'Assistente Virtuale potrebbe essere, come accennavamo in precedenza la giusta sintesi tra le esigenze dei consumatori e quelle delle imprese. Tuttavia manca ancora qualcosa a questi avatar per poter arrivare alla pari di un interlocutore umano; una vera intelligenza paragonabile a quella umana, in grado di comprendere i problemi complessi, analizzarli, utilizzare l'intuito per arrivare ad una soluzione, sentire emozioni e prendere decisioni sulla base dell'esperienza. Aspetti però che ci pongono di fronte ad una serie di quesiti di non poco conto; esistono temi soprattutto etici, oltre che tecnologici, da dover risolvere. Pensiamo prima di tutto all'aspetto etico; nei prossimi anni gli Assistenti Virtuali saranno sempre più capaci e realistici nell'emulare l'essere umano e, in alcuni casi, potrebbero anche arrivare a trarci in inganno. Il nocciolo della questione etica è: se una AI è così realistica da sembrare umana e dovesse riuscire a provare emozioni, a sentirsi viva, o addirittura a temere la morte, come dovremmo realmente considerarla?**

**L'aspetto tecnologico ovviamente non è secondario. Oggi, malgrado la ricerca corra spedita, non esistono computer abbastanza potenti per gestire una elaborazione di calcolo in grado di replicare il numero di neuroni del cervello umano. Quanto tempo sarà necessario prima che si riesca a raggiungere questo obiettivo?**



**BORGOGNA**  
GENERATION FUTURE

**Lo stato dell'arte oggi è che esistono avatar fotorealistici ricreati sulla base di video di persone reali, che comunicano con gli utenti in maniera più empatica e riescono a rispondere a ogni domanda per la quale sono stati programmati. Ne abbiamo alcuni sul mercato che sono brand ambassador, influencer digitale o più semplicemente si occupano di customer care. L'obiettivo prioritario è quello di garantire una migliore customer journey e ridurre quanto più possibile la distanza tra uomo e macchina. È sufficiente disporre di un alcuni video di una persona per far sì che l'intelligenza artificiale sintetizzi il viso ed i più piccoli dettagli, per ricrearne una versione digitale in grado di esprimersi esattamente come un umano, con una sincronizzazione iper-realistica del labiale e dei movimenti del volto. Questi assistenti virtuali lavorano in chat, in un sito web oppure in spazi fisici su schermi touch, come all'interno di negozi o centri commerciali, in stazioni ferroviarie o aeroporti, o in fiere ed eventi. La sfida è quella di riuscire a creare Assistenti Virtuali ed Umani Digitali che siano indistinguibili dagli umani, sia nell'aspetto che nel modo di comunicare, per far sì che possano assisterci in modo sempre più efficace e realistico in tutti i contesti.**