

Human-Machine Interaction Design

Come integrare l'Intelligenza Artificiale
nei flussi di lavoro aziendali in modo
bilanciato ed efficace

02
10
25

Keynote Event della Fondazione



SPEAKER

Alessandra Maggio

Digital Strategist, Ricercatrice su AI e Processi, Docente e Autrice



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI CASSINO E DEL
LAZIO MERIDIONALE



CAMERA DI COMMERCIO
FROSINONE LATINA



CONSORZIO
INDUSTRIALE
DEL LAZIO



azienda speciale
camera di commercio FR - LT
informare
internazionalizzazione formazione economia del mare

l'AI è una questione terribilmente umana :-)
L'AI adoption nei processi di digital marketing



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI CASSINO E DEL
LAZIO MERIDIONALE



CAMERA DI COMMERCIO
FROSINONE LATINA



CONSORZIO
INDUSTRIALE
DEL LAZIO



AZIENDA SPECIALE
CAMERA DI COMMERCIO FR LT
informare
internazionalizzazione formazione economia del mare

L'AI è già qui, che tu lo voglia o meno.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI CASSINO E DEL
LAZIO MERIDIONALE



CAMERA DI COMMERCIO
FROSINONE LATINA



CONSORZIO
INDUSTRIALE
DEL LAZIO



AZIENDA SPECIALE
CAMERA DI COMMERCIO FR LT
informare
internazionalizzazione formazione economia del mare

La diffusione dell'AI generativa è in crescita esponenziale

Knowledge and Familiarity of Gen AI is Increasing—Overall and Among Functional Areas



Growing Up: Navigating Gen AI's Early Years. AI at Wharton in collaboration with GBK Collective, October 2024.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI CASSINO E DEL
LAZIO MERIDIONALE



CAMERA DI COMMERCIO
FROSINONE LATINA



CONSORZIO
INDUSTRIALE
DEL LAZIO

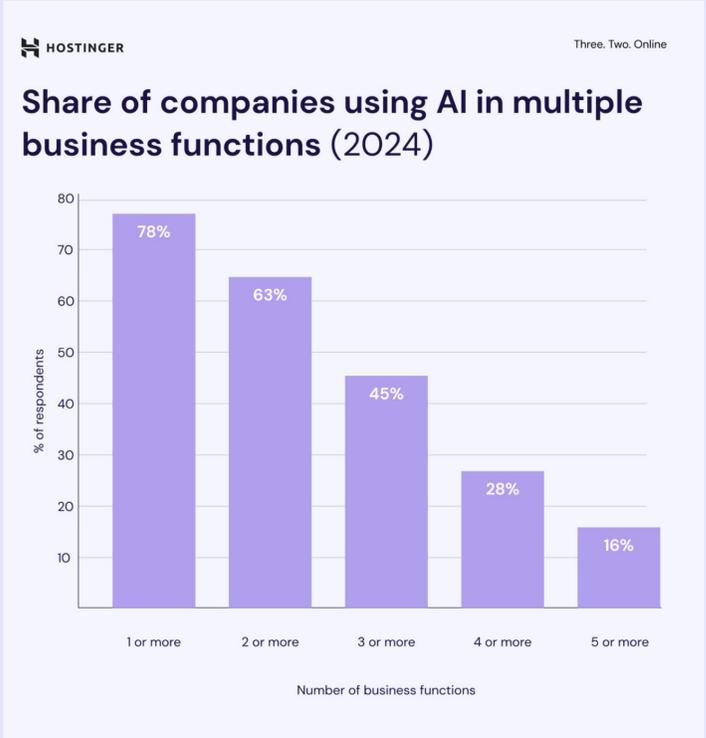


AZIENDA SPECIALE
CAMERA DI COMMERCIO FR - LT
informare
internazionalizzazione innovazione economia del mare

La diffusione dell'AI generativa è in crescita esponenziale

What percentage of businesses use AI? ^

Around **78%** of businesses globally use AI in at least one function, up from **55%** in 2023. Meanwhile, **71%** report using Generative AI (GenAI) in at least one function by late 2024, marking an increase from **65%** earlier that year. This shows that while traditional AI is widely adopted, GenAI is growing quickly as well.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI CASSINO E DEL
LAZIO MERIDIONALE



CAMERA DI COMMERCIO
FROSINONE LATINA



CONSORZIO
INDUSTRIALE
DEL LAZIO



AZIENDA SPECIALE
CAMERA DI COMMERCIO FR LT

informare
internazionalizzazione innovazione economia del mare

La diffusione dell'AI generativa è in crescita esponenziale

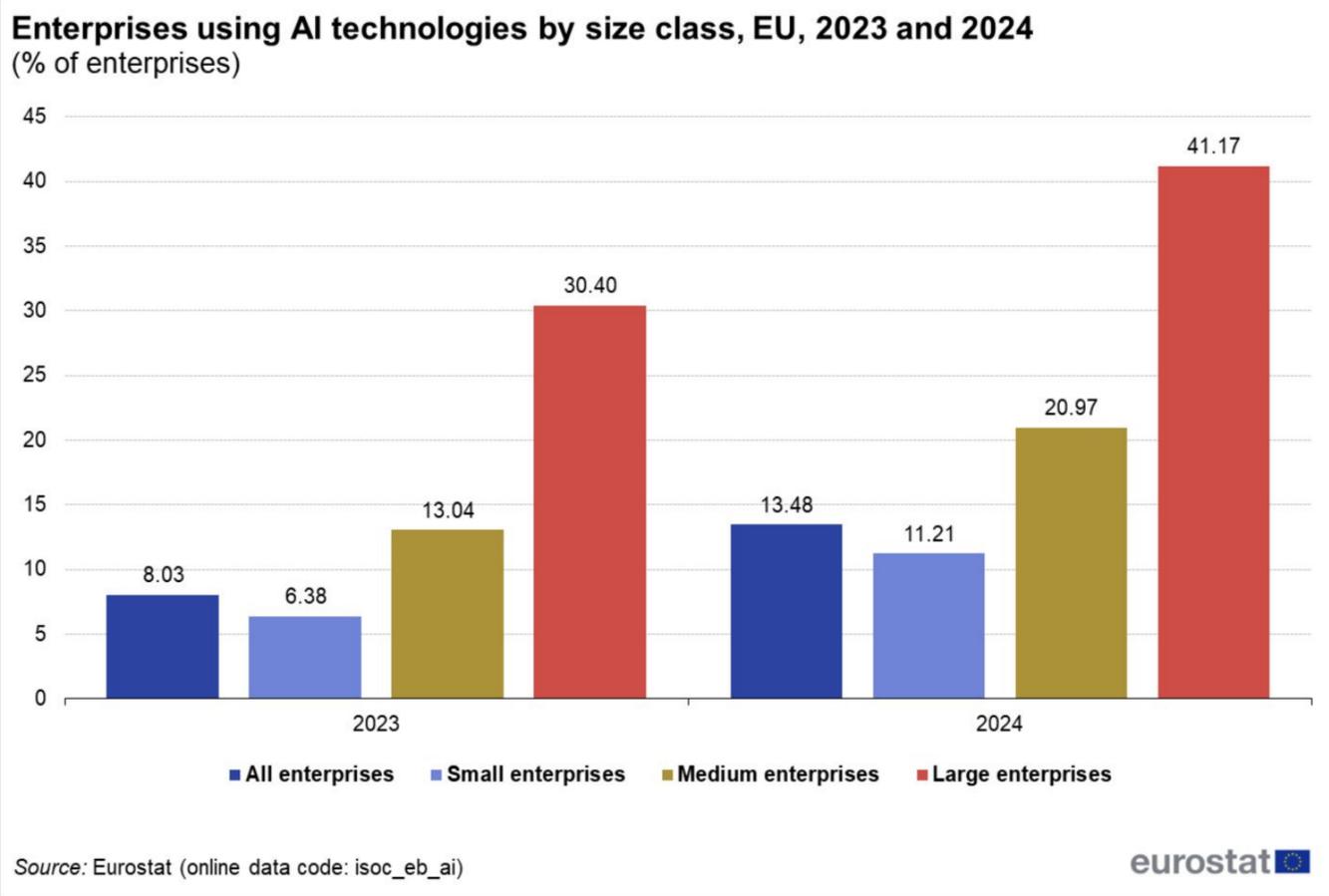


Figure 1: Enterprises using AI technologies by size class, EU, 2023 and 2024 (% of enterprises)
Source: Eurostat ([isoc_eb_ai](#))

https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Use_of_artificial_intelligence_in_enterprises

Ma i conti non tornano...



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI CASSINO E DEL
LAZIO MERIDIONALE



CAMERA DI COMMERCIO
FROSINONE LATINA



CONSORZIO
INDUSTRIALE
DEL LAZIO



AZIENDA SPECIALE
CAMERA DI COMMERCIO FR LT
informare
internazionalizzazione formazione economia del mare

Di quali conti parliamo?



Despite \$30–40 billion in enterprise investment into GenAI, this report uncovers a surprising result in that 95% of organizations are getting zero return. The outcomes are so starkly divided across both buyers (enterprises, mid-market, SMBs) and builders (startups, vendors, consultancies) that we call it the GenAI Divide. Just 5% of integrated AI pilots are extracting millions in value, while the vast majority remain stuck with no measurable P&L impact. This divide does not seem to be driven by model quality or regulation, but seems to be determined by approach.

Challapally, A., Pease, C., Raskar, R., & Chari, P. (2025, Luglio). The GenAI Divide: State of AI in Business 2025. Preliminary Findings from AI Implementation Research, Project NANDA, MIT.

Ma i conti non tornano ancora...



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI CASSINO E DEL
LAZIO MERIDIONALE



CAMERA DI COMMERCIO
FROSINONE LATINA



CONSORZIO
INDUSTRIALE
DEL LAZIO



AZIENDA SPECIALE
CAMERA DI COMMERCIO FR LT
informare
internazionalizzazione formazione economia del mare

A ben vedere la situazione è un po' differente:

Tipo di Strumento GenAI	Tasso di Esplorazione/Pilot	Tasso di Implementazione Riuscita (Produzione)	Risultati Chiave e Impatto
LLM a Scopo Generale (es. ChatGPT, Copilot)	Oltre l'80% delle organizzazioni	Quasi il 40%	Migliorano la produttività individuale , ma non producono un impatto misurabile sul Conto Economico (P&L) ⁴ . Tassi di successo elevati dal pilot all'implementazione (~83%) ⁵ .
Sistemi Task-Specifici/Enterprise-Grade (Customizzati o forniti da vendor)	60% delle organizzazioni ha valutato tali strumenti	Solo il 5%	Questi sistemi sono "tranquillamente rigettati" ⁴ . Il tasso di fallimento del 95% ³ è dovuto a <i>workflow</i> fragili, mancanza di apprendimento contestuale e scarsa integrazione con le operazioni quotidiane ² . ⁴ .

Challapally, A., Pease, C., Raskar, R., & Chari, P. (2025, Luglio). The GenAI Divide: State of AI in Business 2025. Preliminary Findings from AI Implementation Research, Project NANDA, MIT.

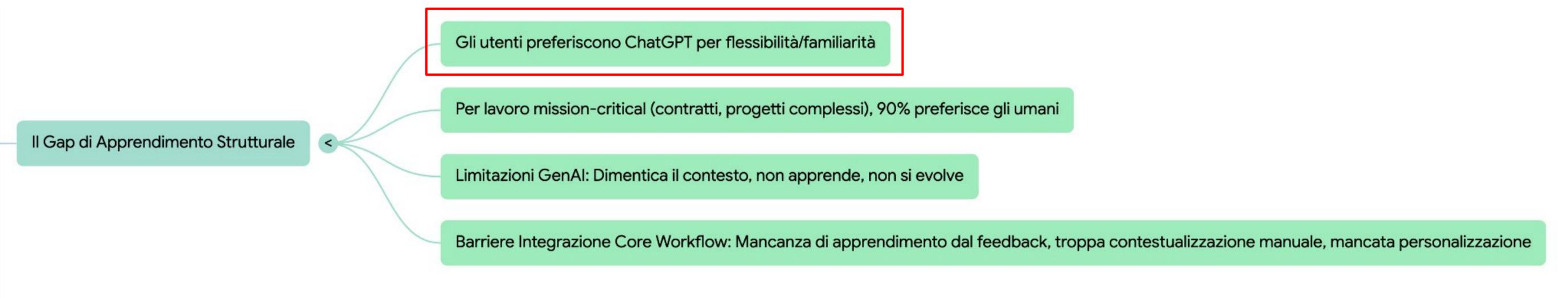
A ben vedere la narrazione che emerge è davvero interessante:



*As one CIO put it, "We've seen dozens of demos this year. Maybe one or two are genuinely useful. The rest are wrappers or **science projects**."*

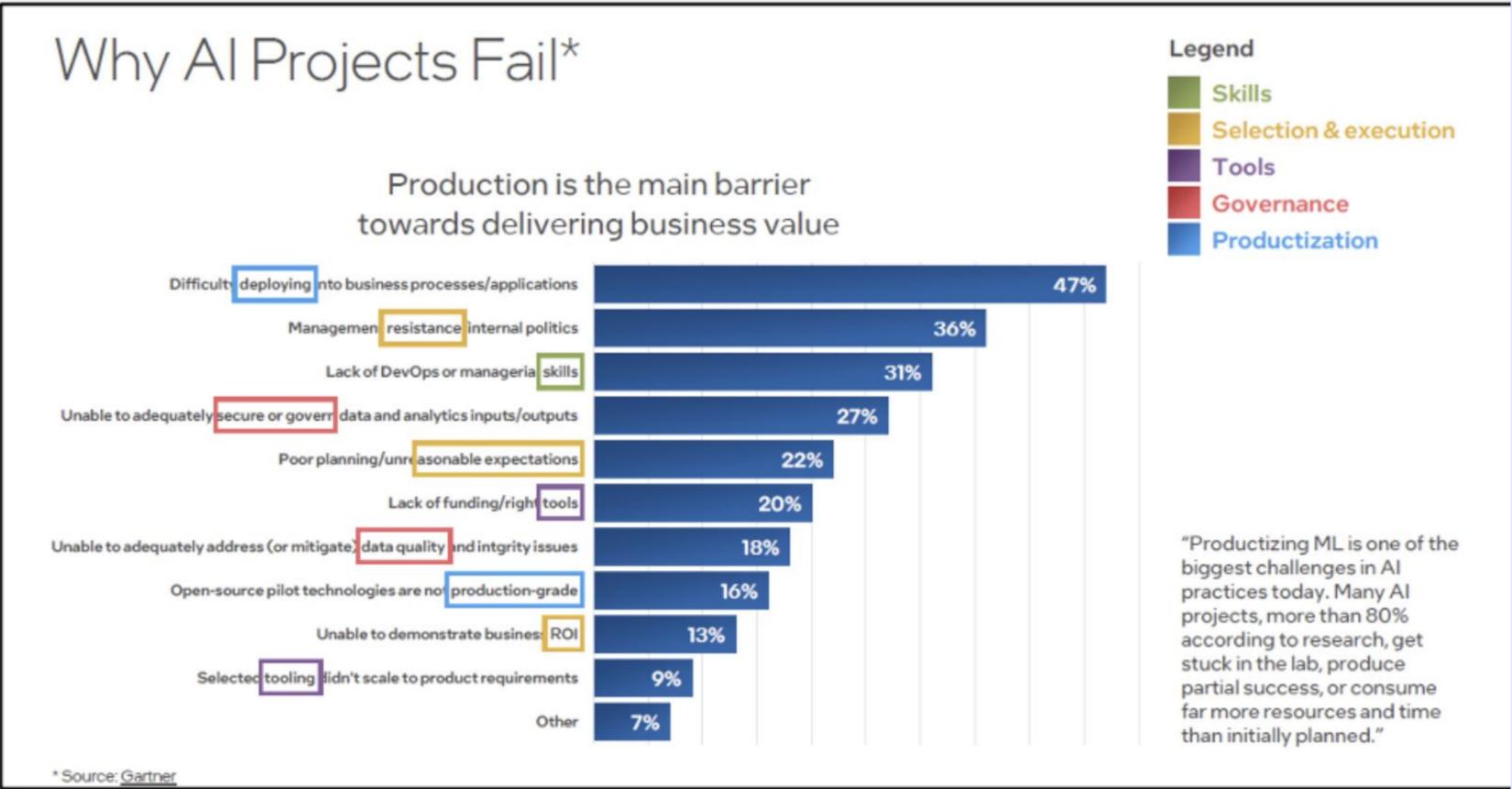
Challapally, A., Pease, C., Raskar, R., & Chari, P. (2025, Luglio). The GenAI Divide: State of AI in Business 2025. Preliminary Findings from AI Implementation Research, Project NANDA, MIT.

Iniziamo ad ordinare i tasselli



Challapally, A., Pease, C., Raskar, R., & Chari, P. (2025, Luglio). The GenAI Divide: State of AI in Business 2025. Preliminary Findings from AI Implementation Research, Project NANDA, MIT.

Iniziamo ad ordinare i tasselli:



<https://school.themarketingfreaks.com/corsi/intelligenza-artificiale-per-il-business/>



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI CASSINO E DEL
LAZIO MERIDIONALE



CAMERA DI COMMERCIO
FROSINONE LATINA

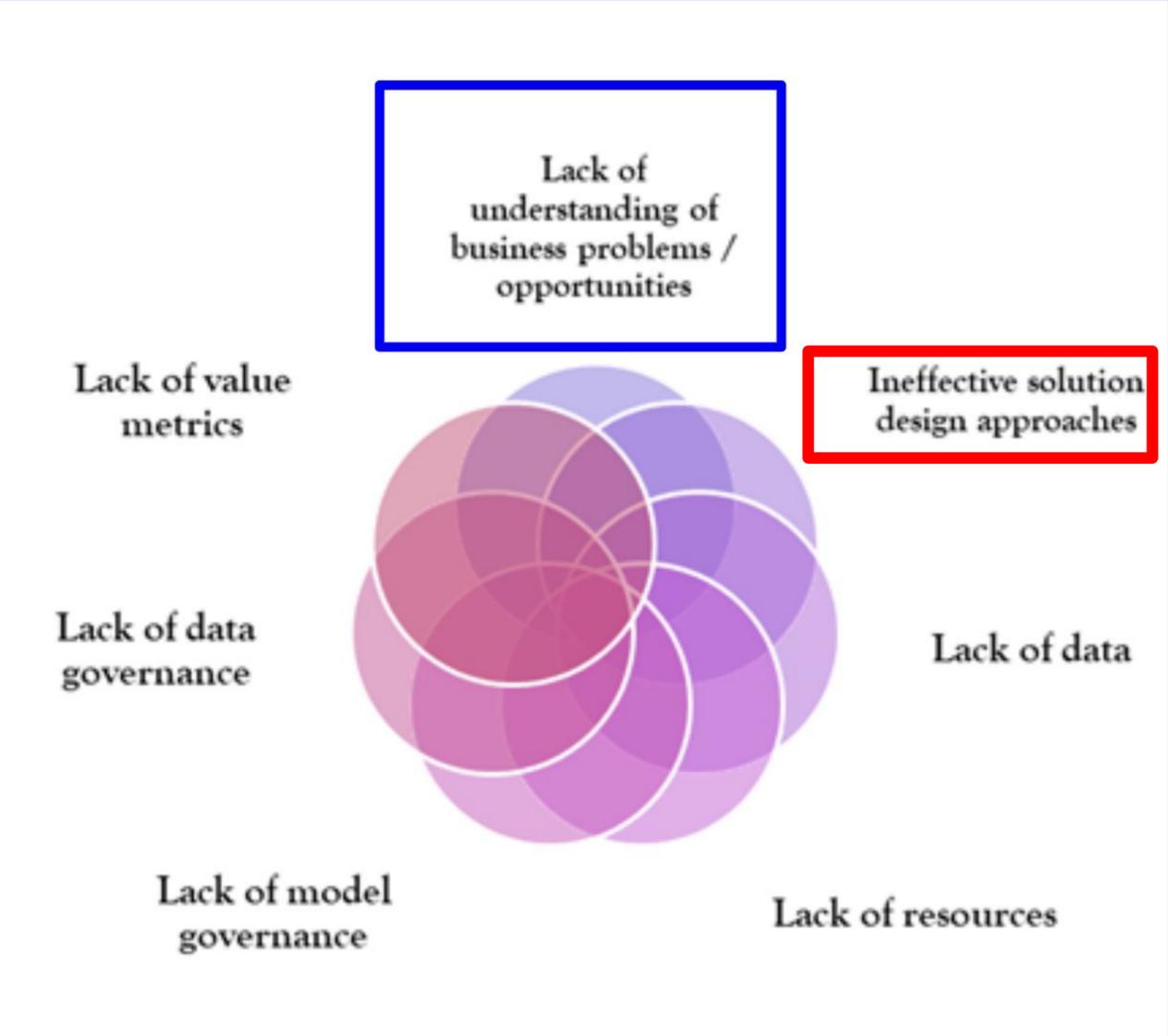


CONSORZIO
INDUSTRIALE
DEL LAZIO



AZIENDA SPECIALE
CAMERA DI COMMERCIO FR - LT
informare
internazionalizzazione innovazione economia del mare

Iniziamo ad ordinare i tasselli:



<https://school.themarketingfreaks.com/corsi/intelligenza-artificiale-per-il-business/>

Le sfide più importanti, quindi, sono queste:

Challenge Category	Specific Challenges	Source
Technological Challenges	<ul style="list-style-type: none"> Integration with legacy systems - Lack of best practices and standards - Continuous evolution and need for regular updates 	[3], [4], [28]–[31]
Data Privacy and Security	<ul style="list-style-type: none"> - Managing sensitive data - Ensuring robust data privacy and security - Addressing biases in data used for AI - Need for transparency in AI decisions 	[8], [32]
Ethical Challenges	<ul style="list-style-type: none"> - Bias and discrimination in AI decisions - Opacity of AI systems ("black box") - Resistance to AI adoption due to fear of job displacement and loss of control 	[7], [22], [31]

AI-kfairy, M. (2025). Strategic integration of generative AI in organizational settings: Applications, challenges and adoption requirements. IEEE Engineering Management Review. <https://doi.org/10.1109/EMR.2025.3534034>

Il fallimento delle software implementation lo conosciamo già benissimo:

The CRM Implementation Crisis: 50% Fail Due to Poor User Adoption

75%

of ERP projects fail

67%

of implementations take longer than expected

64%

of implementations went over budget



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI CASSINO E DEL LAZIO MERIDIONALE



CAMERA DI COMMERCIO FROSINONE LATINA



CONSORZIO INDUSTRIALE DEL LAZIO



azienda speciale camera di commercio FR LT
informare
internazionalizzazione innovazione economia del mare

Sii l'umano nel processo. Ma che vuol dire?

**Il motivo è molto semplice:
progettazione top down.**

Aspetto Chiave	Descrizione	Ruolo dell'Umano	Ruolo dell'IA	Principio Guida
Definizione	Un processo di creatività collettiva in cui umano e IA collaborano come partner alla realizzazione di un prodotto condiviso, superando il paradigma dell'IA come semplice strumento di supporto.	Partecipa attivamente al processo creativo, non è un semplice utente ma un co-autore.	Agisce come un collaboratore semi-autonomo, non come un mero esecutore di comandi.	Partnership
Processo	Un ciclo interattivo e dialogico di proposta, critica e revisione. Entrambi gli agenti si scambiano la capacità di trovare soluzioni creative a un problema definito.	Fornisce guida, intuizione, flessibilità e feedback critico per raffinare e orientare gli output.	Esplora le possibilità, genera un'ampia gamma di alternative e supporta lo sviluppo iterativo.	Interazione Dinamica
Distribuzione dei Compiti	I compiti possono essere affrontati insieme (in parallelo o a turni) o divisi in base alle rispettive forze, creando una sinergia.	Si concentra su giudizio, comprensione del contesto, creatività strategica e supervisione etica.	Gestisce l'analisi di dati su larga scala, il riconoscimento di pattern e l'automazione di attività ripetitive.	Complementarità
Obiettivo	Aumentare le capacità umane e ottenere risultati creativi superiori, favorendo una relazione in cui entrambi gli agenti modellano il risultato finale.	Sfrutta la potenza dell'IA per superare i blocchi creativi, stimolare il pensiero laterale e accelerare l'ideazione.	Funge da "scaffolding cognitivo", fornendo punti di partenza e prospettive inaspettate per ampliare lo spazio delle soluzioni.	Intelligenza Aumentata

*L'AI cambia questo paradigma.

L'umano al centro **supera** l'implementazione top down. L'umano al centro consente di arrivare al concetto di **intelligenza aumentata**: non un ruolo passivo, ma un ampliamento, un'accelerazione.

E nel digital marketing tutto questo come può funzionare?

I miei ultimi 3 anni:

Buongiorno Alessandra, ieri qui in azienda abbiamo seguito il vostro workshop sull'AI.

Noi siamo un'agency specializzata in marketing automation, ci piacerebbe fare una formazione interaziendale sui **diversi tool di AI** - come quelli presentati ieri da voi.

Per questo ti scrivo, volevo chiederti se hai disponibilità ad organizzare una formazione per noi, e quindi se possiamo fissarci una call per conoscerci e valutare come collaborare.

Attendo tue

Spero di aver modo di conoscerti, ieri è stato molto interessante ascoltarti!

Questa formazione non esiste :-)



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI CASSINO E DEL
LAZIO MERIDIONALE



CAMERA DI COMMERCIO
FROSINONE LATINA



CONSORZIO
INDUSTRIALE
DEL LAZIO



AZIENDA SPECIALE
CAMERA DI COMMERCIO FR LT
informare
internazionalizzazione formazione economia del mare

A: “Mi inviate un documento strategico?”

...

Buongiorno Alessandra

grazie per la nostra chiacchierata di oggi.

Ti invio in allegato il contratto di riservatezza ed un documento di progetto per un nostro cliente.

Attendiamo tue

(chiedimi pure in caso avessi bisogno di altri tipi di documenti)

Cosa conteneva questo documento? Un racconto su come avrebbero usato i diversi canali di digital marketing. E poi il nulla.

Torno qui:

Challenge Category	Specific Challenges	Source
Technological Challenges	<ul style="list-style-type: none"> Integration with legacy systems - Lack of best practices and standards - Continuous evolution and need for regular updates 	[3], [4], [28]–[31]
Data Privacy and Security	<ul style="list-style-type: none"> - Managing sensitive data - Ensuring robust data privacy and security - Addressing biases in data used for AI - Need for transparency in AI decisions 	[8], [32]
Ethical Challenges	<ul style="list-style-type: none"> - Bias and discrimination in AI decisions - Opacity of AI systems ("black box") - Resistance to AI adoption due to fear of job displacement and loss of control 	[7], [22], [31]

AI-kfairy, M. (2025). Strategic integration of generative AI in organizational settings: Applications, challenges and adoption requirements. IEEE Engineering Management Review. <https://doi.org/10.1109/EMR.2025.3534034>



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI CASSINO E DEL LAZIO MERIDIONALE



CAMERA DI COMMERCIO FROSINONE LATINA



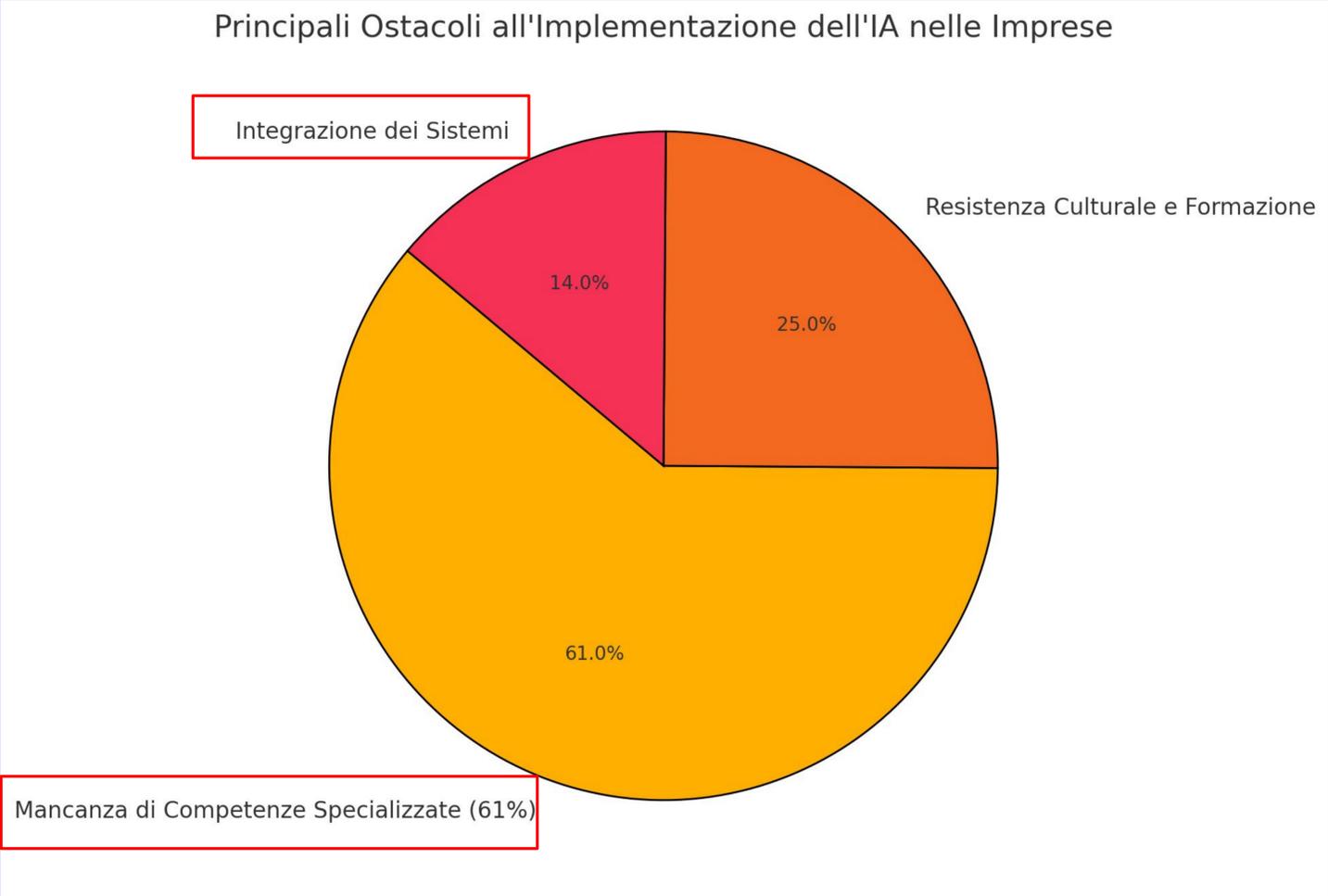
CONSORZIO INDUSTRIALE DEL LAZIO



informare
internazionalizzazione innovazione economia del mare

AZIENDA SPECIALE CAMERA DI COMMERCIO FR LT

E torno anche qui:



Qual è il mio ruolo da consulente allora:

Una corretta implementazione di un qualsiasi tool di AI per il digital marketing implica:

- Analisi del processo;
- Costruzione del processo e della documentazione;
- Mappatura dei dati necessari;
- Tool selection;
- Formazione;

Qual è il mio ruolo da consulente:

- Purpose.
- People.
- Process.
- Platform.
- Performance.

Il processo è actionable?

Per spiegarmi meglio parto da uno dei più grossi esercizi di stile del web marketing:

Buyer Personas

Di solito a cosa servono:

- a definire a chi vogliamo/possiamo rivolgerci;
- a definire con più cura i pain points
- a definire Content plan e Creatives
- a definire i canali potenzialmente interessanti

Quanti tool abbiamo? Mille. Dove, di solito, finiscono le analisi buyer personas? Nel cestino. Serve l'AI? No.

The screenshot displays the delve.ai website interface. At the top, there are navigation links for Products, Solutions, Pricing, and Resources. The main heading reads "AI-Powered Persona Generator" with a subtext: "Create customer, employee, user, and buyer personas fast with AI-powered online persona maker." Below this, there is a "User Persona Generator" modal window with a 4.6 star rating and 5K+ conversations. It includes a "Spunti di conversazione" section with input fields for "Please simulate a user persona" and "My business is about...", and a "Funzionalità" section with a checked "Azioni" option. In the foreground, a "Prompt Library" window titled "AI Prompts: Creating Buyer Persona" is open, listing prompts such as "Identifying Persona Lifestyles", "Common Pain Points", "Values, Interests, and Hobbies", and "Purchase Trends".



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI CASSINO E DEL
LAZIO MERIDIONALE



CAMERA DI COMMERCIO
FROSINONE LATINA



CONSORZIO
INDUSTRIALE
DEL LAZIO



AZIENDA SPECIALE
CAMERA DI COMMERCIO FR - LT
informare
internazionalizzazione business economia del mare

E nei team di digital marketing?



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI CASSINO E DEL
LAZIO MERIDIONALE



CAMERA DI COMMERCIO
FROSINONE LATINA



CONSORZIO
INDUSTRIALE
DEL LAZIO

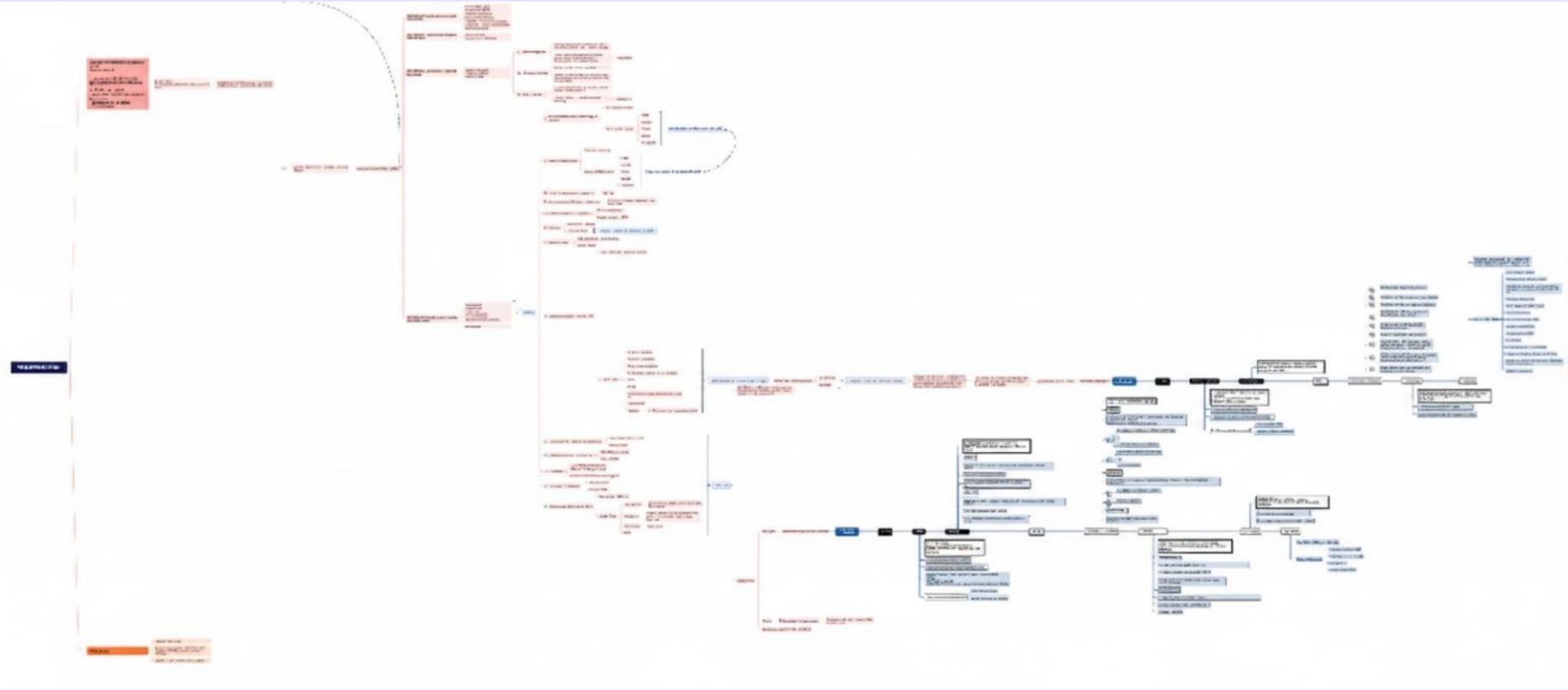


AZIENDA SPECIALE
CAMERA DI COMMERCIO FR LT
informare
internazionalizzazione formazione economia del mare

La demo?

Certamente, restiamo in contatto! Io domattina faccio un debrief ai colleghi del marketing e poi vi scriverò appunto per la **demo**. Una domanda (non so se fattibile): si possono avere le slide viste durante il webinar? Le userei ovviamente solo a scopo interno da allegare al debrief per i colleghi, se è possibile ovviamente. Grazie mille, a presto e buon lavoro,

Tutto questo viene fatto da un'unica persona. Su più di 40 clienti.



Queste task possono essere automatizzate? Alcune si. Ma il purpose?



Abbiamo fatto un'analisi di ognuno di questi processi. E siamo ri-partiti da qui:



E da qui:

Automation Level	Task 1	Task 2	Task 3
Human Only			
Human with AI	-50%		
AI with Human			
AI Only			-70%

<https://school.themarketingfreaks.com/corsi/intelligenza-artificiale-per-il-business/>



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI CASSINO E DEL
LAZIO MERIDIONALE



CAMERA DI COMMERCIO
FROSINONE LATINA



CONSORZIO
INDUSTRIALE
DEL LAZIO



azienda speciale
camera di commercio FR LT
informare
internazionalizzazione innovazione economia del mare

**Perché una risorsa così oberata taglia
via tutti i processi di alto livello.**



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI CASSINO E DEL
LAZIO MERIDIONALE



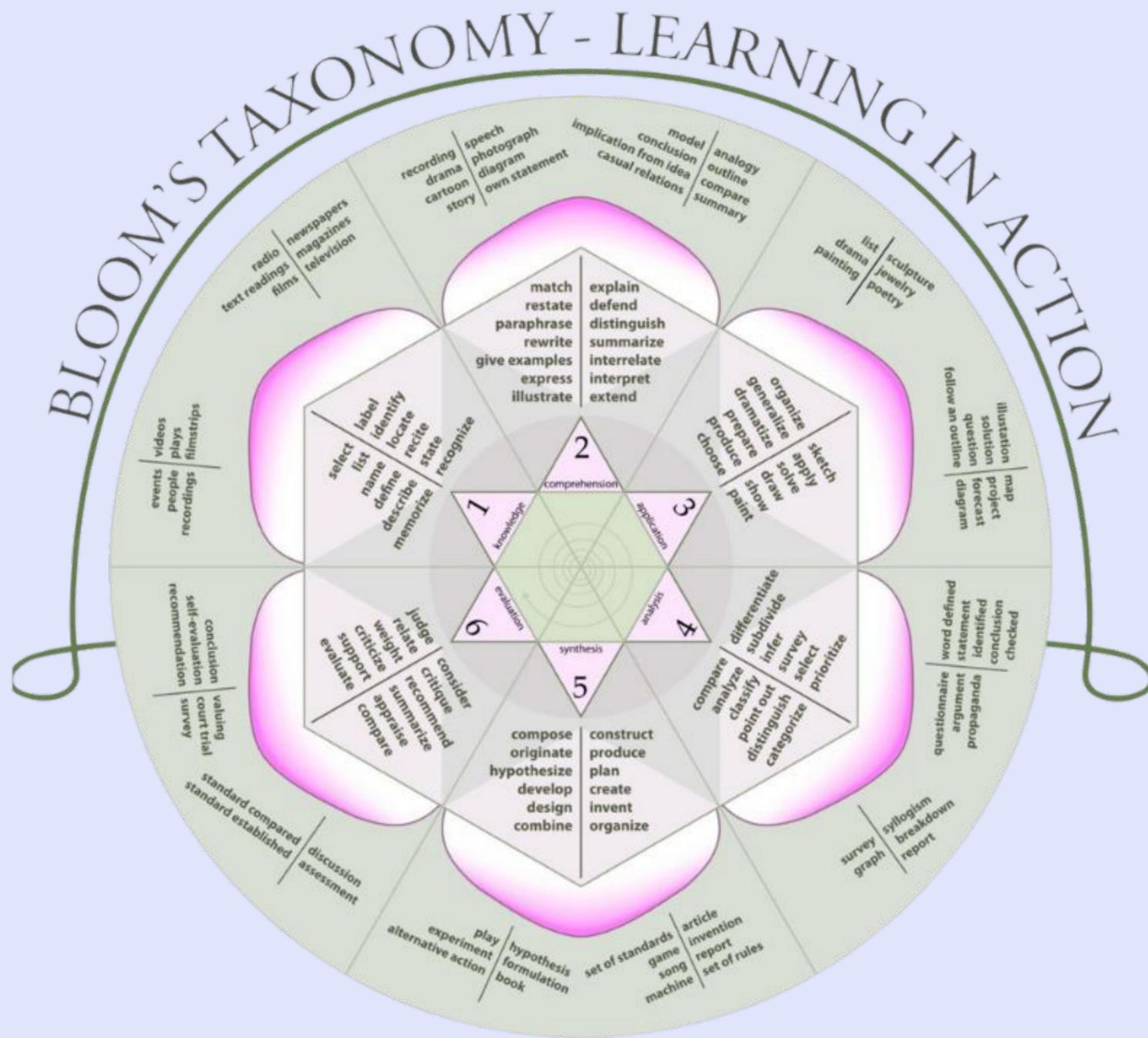
CAMERA DI COMMERCIO
FROSINONE LATINA



CONSORZIO
INDUSTRIALE
DEL LAZIO



AZIENDA SPECIALE
CAMERA DI COMMERCIO FR LT
informare
internazionalizzazione formazione economia del mare



Quindi da dove partiamo per sperimentare? Non c'è nulla nel wek marketing che non parta dai DATI.

Le campagne a agosto hanno fatto registrare:

- + 900.000 di copertura totale delle campagne
- + 217.000 interazioni con il ped con 257 visualizzazioni delle schede prodotto sul sito
- + 5.852 pageview dei prodotti dalla campagna di conversione (carousel prodotti)
- + 200.000 di copertura sul pubblico di remarketing (adv tratte) con 102 visualizzazioni della scheda prodotto sul sito
- +218.000 di copertura dalla campagna transfer limone malcesine con 101 visualizzazioni della scheda prodotto sul sito
- +296.000 di copertura dalla campagna alto garda con 108 visualizzazioni della scheda prodotto sul sito

Le vendite nette hanno registrato +8% rispetto al 2024



Qual è il ruolo di questi dati? Nessuno.

Le campagne a agosto hanno fatto registrare:

- + 900.000 di copertura totale delle campagne
- + 217.000 interazioni con il ped con 257 visualizzazioni delle schede prodotto sul sito
- + 5.852 pageview dei prodotti dalla campagna di conversione (carousel prodotti)
- + 200.000 di copertura sul pubblico di remarketing (adv tratte) con 102 visualizzazioni della scheda prodotto sul sito
- +218.000 di copertura dalla campagna transfer limone malcesine con 101 visualizzazioni della scheda prodotto sul sito
- +296.000 di copertura dalla campagna alto garda con 108 visualizzazioni della scheda prodotto sul sito

Le vendite nette hanno registrato +8% rispetto al 2024



Non c'è sperimentazione senza formazione. Non c'è formazione senza analisi. Non c'è ottimizzazione (AI) senza le prime 3 voci.



La sperimentazione va a braccetto con la formazione...quali dati mi servono? Come voglio visualizzarli?

owlise

Dashboard

- Clients
- Lead
- Documents
- Report

Configurazione Report

Cliente: Azienda ABC | Ruolo: Project Manager | Periodo: Ultimi 6 mesi

Azienda ABC
Obiettivo: Lead Generation

Google Ads | Analytics | SEO

Esporta Report

Metrica	Valore	Cambiamento
Scroll al 75%	2,456	+15% vs periodo precedente
Form Inviati	89	+23% vs periodo precedente
Clic Telefono	156	+8% vs periodo precedente
Clic Email	234	+12% vs periodo precedente
Add to Cart	67	+18% vs periodo precedente
Acquisti	45	+25% vs periodo precedente

Click Giornalieri

Giorno	Click
Lun	100
Mar	180
Mer	300
Gio	180
Ven	280
Sab	150
Dom	140

Conversioni nel Tempo

Giorno	Conversioni
Lun	15
Mar	25
Mer	35
Gio	20
Ven	40
Sab	30
Dom	25

admin
admin@owlise.ai
Amministratore

Configurazione

Admin

Logout



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI CASSINO E DEL LAZIO MERIDIONALE



CAMERA DI COMMERCIO FROSINONE LATINA



CONSORZIO INDUSTRIALE DEL LAZIO



azienda speciale camera di commercio FR - LT
informare
internazionalizzazione formazione economia del mare

La sperimentazione va a braccetto con la formazione. E solo dopo l'ottimizzazione:

The screenshot displays the Owlise dashboard interface. At the top, it shows the Owlise logo, a navigation menu with 'Dashboard', 'Clienti', 'Lead', 'Documenti', and 'Report', and the system status 'Sistema attivo' along with the date 'martedì 23 settembre 2025'. The main content area is titled 'Seleziona Cliente per Analisi' and features a search bar with a dropdown menu showing 'Gestione Clienti' and '1 servizi attivi'. Below this is the 'Analytics AI Assistant' section, which is analyzing '3GA'. A chat window displays the following text: 'Il progetto per [redacted] attualmente attivo e comprende un totale di 19 task. Tra i task principali, il "Briefing iniziale cliente" è stato completato e ha fornito una base fondamentale per il progetto, evidenziando l'importanza di raccogliere informazioni dettagliate sul cliente, i suoi obiettivi e il contesto di mercato. Attualmente, ci sono diversi task in corso, tra cui la "Realizzazione prototipo grafico", che prevede lo sviluppo di una bozza grafica per il sito web, e la "Preparazione progetto", che è prevista per essere completata entro il 24 settembre 2025. Un altro task, "Impostazione iniziale e preparazione demo", è stato completato e ha incluso indicazioni specifiche per la gestione del codice e del design del sito. Il progetto è stato creato il 22 maggio 2025 e ha come scadenza finale il 7 luglio 2025 per il briefing iniziale, mentre il prototipo grafico deve essere completato entro il 28 settembre 2025.' A dropdown menu is open over the chat, showing options for 'Dati Servizi', 'Documenti', and 'Dati Asana' (which is selected). Below the chat, there is a 'Fonte dati:' section with 'Dati Asana' and 'RAG Asana' options. At the bottom, a search bar contains the text 'Fai una domanda sui dati Asana di 3GA...'. The user profile 'admin' is visible in the bottom left corner.

Obiettivo:

Automation Level	Task 1	Task 2	Task 3
Human Only			
Human with AI	-50%		
AI with Human			
AI Only			-70%

<https://school.themarketingfreaks.com/corsi/intelligenza-artificiale-per-il-business/>

Le considerazioni etiche meriterebbero
uno speech a parte. Ma...

Un aspetto cruciale per co-creare con l'AI è questo:

Stress da IA: il 96% dei lavoratori fatica ad adattarsi

Un sondaggio Wiley rivela che il 96% dei lavoratori negli Stati Uniti prova stress nell'adattarsi all'AI sul lavoro. Il 40% fatica a integrare l'AI nelle attività quotidiane e il 75% non si sente sicuro nell'utilizzo della tecnologia.

I dipendenti chiedono formazione e strategie chiare per migliorare la transizione, mentre solo il 34% dei manager si sente preparato a supportare i team.

Per questo si consiglia di definire casi d'uso chiari, migliorare la comunicazione e formare i manager per facilitare l'adozione dell'AI.

[*https://promptdesign.it/](https://promptdesign.it/) - Ja

Attenti al: Pilot-to-Production Chasm! (la resistenza al cambiamento organizzativo parte da qui)

The successful adoption of Generative AI tools requires compatibility with existing development workflows to ensure seamless integration and to augment rather than disrupt established processes.

- **Integrazione organizzativa e tecnica;**
- **Pianificazione strategica;**
- **Documentazione;**
- **Sperimentazione. Abbracciamo l'aspetto generativo :-)**

Sperling, K., Stenberg, C.-J., McGrath, C., Åkerfeldt, A., Heintz, F., & Stenliden, L. (2024). In search of artificial intelligence (AI) literacy in teacher education: A scoping review. *Computers and Education Open*, 6, 100169. <https://doi.org/10.1016/j.caeo.2024.100169>

*Risorse bibliografiche:

Agrawal, A., Gans, J., & Goldfarb, A. (2018). *Prediction Machines: The Simple Economics of Artificial Intelligence*. Harvard Business Review Press.

Brokenice. (n.d.). *L'impatto dell'intelligenza artificiale nel mondo aziendale*. Consultato il 24 settembre 2025, da <https://www.brokenice.it/blog/limpatto-dellintelligenza-artificiale-nel-mondo-aziendale/>

GFT. (2025, 6 maggio). *AI Experience Framework: sbloccare il potenziale dell'AI e trasformarlo in valore reale per il business*. GFT Blog.

IBM. (2025, 8 luglio). *Human-in-the-loop (HITL)*. IBM Think.

Intelligenza artificiale: Cambiamento culturale e organizzativo per imprese e manager. (2024). 4manager.

Kruse, A. (n.d.). *Human 2.0: How to Build a Centaur & Why It's Going to Change the World*. Stanford MediaX.

Landman, D. (2025, 9 marzo). *6 AI usage frameworks for developing your organizational AI adoption plan*. Djimit.

Liu, Z. (2025). *Human-AI Co-Creation: A Framework for Collaborative Design in Intelligent Systems*. arXiv:2507.17774 [cs.HC].

Mecalux. (n.d.). *Intelligenza aumentata*. Consultato il 24 settembre 2025, da <https://www.mecalux.it/blog/intelligenza-aumentata>

Microsoft. (n.d.). *Piano di adozione dell'intelligenza artificiale*. Microsoft Learn. Consultato il 24 settembre 2025, da <https://learn.microsoft.com/it-it/azure/cloud-adoption-framework/scenarios/ai/plan>

Ransbotham, S., et al. (2024, 11 novembre). *Learning to Manage Uncertainty, With AI*. MIT Sloan Management Review.

Rezwana, J., & Maher, M. L. (2021). COFI: A Co-Creative Framework for Interaction design. In *Workshop on Computational Creativity and Social Justice, International Conference on Computational Creativity (ICCC'21)*.

Slesinger, I., & Yalaz, E. (2025). *New research on AI fairness: How co-creation can eliminate bias*. Trilateral Research.

TuTeck Technologies. (2025, 15 settembre). *The 'Centaur' Workforce: How AI-Human Collaboration is Redefining Every Job Role*. TuTeck Technologies Blog.

Varshney, L. R. (2024). A framework for structuring human-AI collaboration in IT systems. *The American Journals of Engineering and Technology*, 7(1), 1-10.

Workday Staff. (n.d.). *Come usare l'AI per potenziare la forza lavoro aumentata*. Workday Blog. Consultato il 24 settembre 2025, da <https://blog.workday.com/it-it/using-ai-empower-augmented-workforce.htm>

Thank you



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI CASSINO E DEL
LAZIO MERIDIONALE



CAMERA DI COMMERCIO
FROSINONE LATINA



CONSORZIO
INDUSTRIALE
DEL LAZIO



AZIENDA SPECIALE
CAMERA DI COMMERCIO FR - LT
informare
Internazionalizzazione formazione economia del mare