L’AI conquista l’Automotive: entro il 2030 la userà il 72% dei produttori

L’automobile si prepara a cambiare pelle. E non soltanto perché il motore elettrico continua a guadagnare terreno rispetto a quello tradizionale. Nei prossimi cinque anni sarà soprattutto la tecnologia a ridisegnare l’industria automotive, dalla progettazione fino ai servizi offerti ai clienti.

Secondo il **Global Automotive Outlook di PwC** appena pubblicato la percentuale di aziende automotive che utilizza intelligenza artificiale e altre tecnologie avanzate lungo la catena del valore è destinata a salire dal 47% attuale al 72% entro il 2030.

Auto sempre più piattaforma tecnologica

Una crescita che fotografa una trasformazione ormai strutturale: l’auto non è più soltanto un prodotto industriale, ma sempre più una piattaforma tecnologica fatta di software, dati e servizi digitali.

L’AI entra nel cuore delle strategie per il 51% dei dirigenti

L’intelligenza artificiale è già al centro delle strategie dei costruttori. Il 51% dei dirigenti intervistati da PwC la considera una delle tecnologie più importanti per raggiungere gli obiettivi aziendali nei prossimi anni.

Seguono batterie e sistemi di propulsione elettrica, indicati

dal 41% degli executive, mentre il 39% considera strategica la connettività e il software a bordo.

La trasformazione coinvolge ormai ogni area della filiera: ricerca e sviluppo, produzione, gestione delle catene di fornitura, vendite e funzioni aziendali.

“Il veicolo non è più definito dall’acciaio che esce dalla fabbrica, ma sempre più da software, servizi digitali e analisi dei dati”, osserva **Harald Wimmer**, Global Automotive Leader di PwC Germany.

La concorrenza arriva da altri settori adiacenti: tecnologia ed energia

A rendere più complessa la trasformazione è l’arrivo di nuovi concorrenti. Quasi la metà dei dirigenti, il 46%, considera le aziende provenienti da settori adiacenti, soprattutto tecnologia ed energia, una delle principali fonti di competizione nei prossimi cinque anni.

Digitale nuovo campo di gioco

È un cambio di scenario importante per un settore storicamente chiuso e abituato a confrontarsi soprattutto al proprio interno. Oggi, invece, una parte crescente della competizione si gioca sulle competenze digitali, sull’accesso ai dati, sui servizi e sulle piattaforme tecnologiche.

Non sorprende quindi che il 64% delle aziende intervistate stia puntando sulla partecipazione a ecosistemi industriali più ampi.

Software e guida autonoma diventano nuove fonti di ricavi

Il peso delle società tecnologiche è destinato a crescere anche nelle partnership strategiche. Le aziende automotive si aspettano che i gruppi tech diventino nei prossimi cinque anni i loro principali collaboratori, superando i tradizionali partner industriali.

Guida autonoma in crescita in prospettiva

Un altro indicatore arriva dalla guida autonoma e dai sistemi avanzati di assistenza alla guida, gli ADAS. La quota di costruttori che considera queste tecnologie tra le prime tre fonti di ricavi dovrebbe passare dal 9% attuale al 24% nel 2030.

Il confine tra casa automobilistica e azienda tecnologica diventa così sempre più sottile.

Il nodo delle competenze

A pesare sono anche le competenze. La carenza di talenti viene indicata dal 51% dei dirigenti come uno dei principali ostacoli alla creazione e alla cattura di valore, mentre il 45% segnala le competenze dell'attuale forza lavoro. Proprio AI e ingegneria del software figurano tra le capacità considerate più importanti per il futuro.

L'elettrico accelera

Sul fronte della propulsione, il quadro delineato da PwC conferma la progressiva crescita dell'elettrico. Nei prossimi cinque anni la quota dei veicoli elettrici a batteria dovrebbe

passare, in media, dal 18% al 30% della produzione.

Di contro, la quota dei veicoli con motore a combustione interna è attesa in calo dal 60% al 41%.

Il cambiamento sarà ancora più marcato in Cina, dove i BEV dovrebbero raggiungere il 40% della produzione, rispetto al 29% attuale. Nello stesso periodo, i veicoli con motore endotermico dovrebbero scendere dal 43% al 29%.

Dai privati alle flotte: cambia il cliente

Anche il profilo del cliente è destinato a cambiare. Secondo le previsioni raccolte da PwC, entro cinque anni il 33% dei ricavi delle aziende automotive potrebbe arrivare da nuovi segmenti di clientela, rispetto al 21% attuale. Tra questi ci sono operatori di flotte commerciali, società di servizi di mobilità e governi.

The post L’AI conquista l’Automotive: entro il 2030 la userà il 72% dei produttori appeared first on Key4biz.

https://www.key4biz.it/lai-conquista-lautomotive-entro-il-2030-la-usera-il-72-dei-produttori/588947/

Il paradosso del networking in Italia, l’82% dei

lavoratori lo ritiene cruciale ma fatica a coltivarlo

(Adnkronos) – Secondo un’indagine condotta dall’istituto Censuswide per conto di LinkedIn su un campione di oltre mille lavoratori in Italia, l’82% dei professionisti considera la propria rete di contatti un fattore determinante per navigare le trasformazioni del settore. Ciononostante, i dati evidenziano un marcato scostamento tra la consapevolezza dell’importanza del networking e la capacità operativa di svilupparlo: il 42% degli intervistati ammette di non sapere come trasformare un contatto superficiale in un rapporto professionale strutturato, mentre il 38% dichiara di non sapere da dove iniziare o di non disporre dell’accesso alle persone giuste per il proprio percorso. Questa condizione di incertezza si traduce in una fruizione prevalentemente passiva delle piattaforme digitali, con il 56% degli utenti che consulta contenuti di settore senza interagire. Il fenomeno assume contorni specifici tra i giovani della Gen Z, dove la percentuale di osservatori passivi sale al 68%, pur a fronte del fatto che ben il 93% di loro attribuisca al network un valore strategico. Tra le principali barriere psicologiche riscontrate nelle fasce giovanili figurano il timore di risultare poco autentici, citato dal 39% dei rispondenti, e la paura di arrecare disturbo o di essere percepiti in modo opportunistico.

Sul piano delle dinamiche occupazionali, l’analisi rileva comunque che l’incremento delle connessioni da parte della Gen

Z ha registrato una crescita del 17% negli ultimi sei anni e che le candidature supportate da una segnalazione interna presentano una probabilità di assunzione oltre 5,5 volte superiore rispetto alle vie ordinarie.

L'indagine si sofferma inoltre sulla centralità delle competenze relazionali, elemento richiamato da Marcello Albergoni, Country Manager di LinkedIn Italia, che ha affermato: "Nel mondo del lavoro di oggi, in cui competenze, percorsi professionali e anche tecnologie come l'IA evolvono tanto rapidamente, le 'human skill' stanno acquisendo sempre più centralità proprio perché relazioni e connessioni sono una risorsa fondamentale per accedere a nuove opportunità. Tuttavia, tra chi dispone già di un network professionale, solo il 26% dedica regolarmente tempo a mantenere rapporti e interazioni". Riguardo alle modalità operative per consolidare i legami nel tempo, Albergoni ha aggiunto che "Costruire un network non significa semplicemente conoscere più persone o attivare i propri contatti quando si cerca un nuovo lavoro. Significa creare relazioni autentiche nel tempo, attraverso conversazioni, scambio e reciprocità. È questa continuità che può trasformare una connessione in un'opportunità professionale o economica che trasforma il nostro percorso".

—

tecnologia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

The post Il paradosso del networking in Italia, l'82% dei lavoratori lo ritiene cruciale ma fatica a coltivarlo appeared first on Key4biz.

https://www.key4biz.it/il-paradosso-del-networking-in-italia-l82-dei-lavoratori-lo-ritiene-cruciale-ma-fatica-a-coltivarlo/589048/

Ads of the Week: 9 Campaigns That Caught Our Eye, From Beats to Peloton

Chase, Peloton, Target, Beats, and more are behind the week’s most notable ads. https://www.adweek.com/creativity/ads-of-the-week-9-campaigns-that-caught-our-eye-from-beats-to-peloton/

Dave & Buster’s Hires New Agencies to Get More People Into Its Locations

The brand appointed Gut for creative and Mediaplus to handle media buying. https://www.adweek.com/agencies/dave-busters-hires-new-agencies-to-get-more-people-into-its-locations/

Here’s the Tesla Semi… again

Remember the Tesla Semi? The long-gestating, heavy-duty truck first introduced in concept form in 2017 is finally in volume production as of April 2026 — nearly a decade after its initial introduction. On Thursday evening, the company held yet another event for the Semi to demonstrate to customers and investors that the long wait was finally over.

The event was held at Tesla's new Semi factory next to Gigafactory Nevada, where the company says it can build 50,000 trucks a year, or 1,000 per week. The purpose was to announce a raft of new (and old) customers for the Semi, including PepsiCo, US Foods, DHL, WattEV, ABF, Einride, IMC, and OK P …

Read the full story at The Verge.

https://www.theverge.com/transportation/1000317/tesla-semi-launch-customer-delivery-freight-battery-engineer

---

Microsoft is killing off the 'Copilot Plus PC' brand

Microsoft CEO Satya Nadella introducing the company's Copilot Plus PC initiative. | Image: Allison Johnson

Remember when Microsoft wanted everyone to know that "Copilot Plus PCs" were the ones to get, because those were the PCs that that'd have enough built-in AI muscle to get things done? Two and a half years later, Microsoft and Qualcomm seem to be

admitting the brand is already dead.

Windows Central's Zac Bowden reports that even though the new 12-inch Microsoft Surface Pro and 13-inch Surface Laptop technically meet the system requirements for a Copilot Plus PC, Microsoft is not calling them by that name anymore. "These are not called Copilot Plus PCs," Microsoft Surface CVP Brett Ostrom told the publication.

Kedar Kondap, Qualcomm's SVP …

Read the full story at The Verge.

https://www.theverge.com/tech/1000495/microsoft-is-killing-off-the-copilot-plus-pc-brand

---

E.l.f. Cosmetics Names Joaquina Its Brand Ambassador Alongside Second Album Drop

The Latin artist is joined by six other artists on the album. https://www.adweek.com/brand-marketing/elf-cosmetics-names-joaquina-its-brand-ambassador-alongside-second-album-drop/

Week of Sept 14 Cable News

Ratings: MS NOW and CNN Bounce Back

MS NOW won the primetime demo on Thursday. https://www.adweek.com/tvnewser/week-of-sept-14-2026-cable-news-ratings/

Cafà (Cifa-Fonarcom) “Spingere su produttività, rende aziende più competitive”

(Adnkronos) – “Stiamo puntando sui premi di risultato e sulla produttività, che è legata alla riorganizzazione dell’azienda, attraverso formazione e welfare.

Se i contratti di produttività sono 18mila c’è l’influenza negativa delle parti sociali che non hanno spinto su questo aspetto, quando invece è centrale per le aziende perchè le rende competitive. Propongo ai consulenti del lavoro, come abbiamo già fatto sulla formazione continua, di iniziare un’attività di animazione sui territori per spingere le aziende a fare produttività”. Lo ha detto Andrea Cafà, presidente di Cifa-Fonarcom, intervenendo alla convention nazionale dei consulenti del lavoro a Reggio Calabria.

_

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

The post Cafà (Cifa-Fonarcom) “Spingere su produttività, rende aziende più competitive” appeared first on Key4biz.

https://www.key4biz.it/cafa-cifa-fonarcom-spingere-su-produttivita-rende-aziende-piu-competitive/589038/

De Luca (Consulenti): “Balzo lavoro autonomo è territorio che investe su proprie capacità”

(Adnkronos) – “Il balzo del lavoro autonomo in Calabria racconta un territorio che torna a investire sulle proprie capacità e a creare nuove opportunità, non solo nei settori più tradizionali ma anche in quelli a più alta specializzazione. I numeri dell’occupazione giovanile e femminile, a loro volta, sono il segnale di un importante cambiamento in atto nel mercato del lavoro della regione. Per consolidare questi trend è necessario continuare a investire sul territorio, per creare ancora più opportunità. Solo così sarà possibile far crescere nuove generazioni di imprenditori, professionisti e lavoratori calabresi che punteranno sulla loro regione per una nuova stagione di crescita e sviluppo”. Così Rosario De Luca, presidente del Consiglio nazionale dell’ordine dei consulenti del lavoro, commenta i dati del report di Fondazione Studi Consulenti del Lavoro, ‘Il mercato del lavoro in Calabria: numeri e tendenze’, presentato oggi

pomeriggio nel corso della convention nazionale dei professionisti, in programma a Reggio Calabria fino al 25 settembre.

_

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

The post De Luca (Consulenti): “Balzo lavoro autonomo è territorio che investe su proprie capacità” appeared first on Key4biz.

https://www.key4biz.it/de-luca-consulenti-balzo-lavoro-autonomo-e-territorio-che-investe-su-proprie-capacita/589039/