Indice Articoli ANIASA

7 Marzo 2026

ANIASA

06/03/2026	ILMATTINO.IT	IA E AUTOMOTIVE, IL RISCHIO DELLA “DISCRIMINAZIONE ARTIFICIALE” NEL LAVORO. TEMA AL CENTRO DELLA 5^ EDIZIONE DEL PINK MOBILITY DAY	Pag. 3
06/03/2026	ILMESSAGGERO.IT	IA E AUTOMOTIVE, IL RISCHIO DELLA “DISCRIMINAZIONE ARTIFICIALE” NEL LAVORO. TEMA AL CENTRO DELLA 5^ EDIZIONE DEL PINK MOBILITY DAY	Pag. 7
06/03/2026	LEGGO.IT	IA E AUTOMOTIVE, IL RISCHIO DELLA “DISCRIMINAZIONE ARTIFICIALE” NEL LAVORO. TEMA AL CENTRO DELLA 5^ EDIZIONE DEL PINK MOBILITY DAY	Pag. 11
06/03/2026	MOTORIONLINE.COM	L’INTELLIGENZA ARTIFICIALE, IL LAVORO E L’AUTOMOTIVE: RISCHIO DISEGUAGLIANZE?	Pag. 15
06/03/2026	CORRIEREADRIATICO.IT	IA E AUTOMOTIVE, IL RISCHIO DELLA “DISCRIMINAZIONE ARTIFICIALE” NEL LAVORO. TEMA AL CENTRO DELLA 5^ EDIZIONE DEL PINK MOBILITY DAY	Pag. 18
06/03/2026	ILGAZZETTINO.IT	IA E AUTOMOTIVE, IL RISCHIO DELLA “DISCRIMINAZIONE ARTIFICIALE” NEL LAVORO. TEMA AL CENTRO DELLA 5^ EDIZIONE DEL PINK MOBILITY DAY	Pag. 22
06/03/2026	QUOTIDIANODIPUGLIA.IT	IA E AUTOMOTIVE, IL RISCHIO DELLA “DISCRIMINAZIONE ARTIFICIALE” NEL LAVORO. TEMA AL CENTRO DELLA 5^ EDIZIONE DEL PINK MOBILITY DAY	Pag. 26
06/03/2026	QUALITYTRAVEL.IT	AUTOMOTIVE, LAVORO E AI: AL PINK MOBILITY DAY IL TEMA DELLA “DISCRIMINAZIONE ARTIFICIALE”	Pag. 30
06/03/2026	QUOTIDIANODIBARI.IT	PINK MOBILITY DAY TRATTA IL TEMA DELLA “DISCRIMINAZIONE ARTIFICIALE”	Pag. 34
06/03/2026	QUOTIDIANODIFOGGIA.IT	PINK MOBILITY DAY TRATTA IL TEMA DELLA “DISCRIMINAZIONE ARTIFICIALE”	Pag. 35
06/03/2026	UGUALMENTEABILE.IT	PINK MOBILITY DAY TRATTA IL TEMA DELLA “DISCRIMINAZIONE ARTIFICIALE”	Pag. 36
06/03/2026	ULTIMENEWS24.IT	PINK MOBILITY DAY TRATTA IL TEMA DELLA “DISCRIMINAZIONE ARTIFICIALE”	Pag. 37
06/03/2026	VIPIU.IT	PINK MOBILITY DAY TRATTA IL TEMA DELLA “DISCRIMINAZIONE ARTIFICIALE”	Pag. 38
06/03/2026	ZEROUNOTV.IT	PINK MOBILITY DAY TRATTA IL TEMA DELLA “DISCRIMINAZIONE ARTIFICIALE”	Pag. 39
06/03/2026	ADVTRAINING.IT	PINK MOBILITY DAY 2026: L’AI TRA INNOVAZIONE E RISCHIO DI “DISCRIMINAZIONE ARTIFICIALE”	Pag. 40
06/03/2026	LIVENET.IT	PINK MOBILITY DAY TRATTA IL TEMA DELLA “DISCRIMINAZIONE ARTIFICIALE”	Pag. 42
06/03/2026	ILFATTONISSENO.IT	PINK MOBILITY DAY TRATTA IL TEMA DELLA “DISCRIMINAZIONE ARTIFICIALE”	Pag. 43

06/03/2026	BUSINESSMOBILITY.TRAVEL	PINK MOBILITY DAY 2026: AI E DISCRIMINAZIONE ARTIFICIALE NEI PROCESSI AZIENDALI	Pag. 44
06/03/2026	FLEETMAGAZINE.COM	PINK MOBILITY DAY 2026: OLTRE OGNI STEREOTIPO, ANCHE QUELLI DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE	Pag. 49
06/03/2026	ILBROKER.IT	AUTOMOTIVE, LAVORO E AI: IL RISCHIO DELLA "DISCRIMINAZIONE ARTIFICIALE" TRA STEREOTIPI E PREGIUDIZIAUTOMOTIVE, LAVORO E AI: IL RISCHIO DELLA "DISCRIMINAZIONE ARTIFICIALE" TRA STEREOTIPI E PREGIUDIZI	Pag. 54
06/03/2026	THESTORYSQUARE.COM	AUTOMOTIVE, LAVORO E AI: IL RISCHIO DELLA "DISCRIMINAZIONE ARTIFICIALE" TRA STEREOTIPI E PREGIUDIZI	Pag. 56
06/03/2026	TUTTOINTERMEDIARI.IT	IL MONDO DELL'INTERMEDIAZIONE ASSICURATIVA IN PRIMO PIANONOLEGGIO VEICOLI A LUNGO TERMINE NEL 2025: L'ANALISI PER OPERATORE	Pag. 60
06/03/2026	ADNKRONOS.COM	PINK MOBILITY DAY TRATTA IL TEMA DELLA "DISCRIMINAZIONE ARTIFICIALE"	Pag. 62
06/03/2026	AGENPARL.EU	AUTOMOTIVE, LAVORO E AI: IL RISCHIO DELLA “DISCRIMINAZIONE ARTIFICIALE” TRA STEREOTIPI E PREGIUDIZI	Pag. 64
06/03/2026	CAGLIARILIVEMAGAZINE.IT	PINK MOBILITY DAY TRATTA IL TEMA DELLA "DISCRIMINAZIONE ARTIFICIALE"	Pag. 67
06/03/2026	CAGLIARILIVETV.IT	PINK MOBILITY DAY TRATTA IL TEMA DELLA "DISCRIMINAZIONE ARTIFICIALE"	Pag. 69
06/03/2026	DNA-CORSE.IT	PINK MOBILITY DAY TRATTA IL TEMA DELLA "DISCRIMINAZIONE ARTIFICIALE"	Pag. 70
06/03/2026	FOLLOWUPNEWSWORLD.COM	PINK MOBILITY DAY TRATTA IL TEMA DELLA "DISCRIMINAZIONE ARTIFICIALE"	Pag. 71
06/03/2026	ILPOPOLANO.COM	PINK MOBILITY DAY TRATTA IL TEMA DELLA "DISCRIMINAZIONE ARTIFICIALE"	Pag. 73

IA e automotive, il rischio della “discriminazione artificiale” nel lavoro. Tema al centro della 5^ edizione del Pink Mobility Day

IA e automotive, il rischio della “discriminazione artificiale” nel lavoro. Tema al centro della 5^ edizione del Pink Mobility Day

L’intelligenza artificiale sta entrando sempre più profondamente nei processi aziendali, anche nel mondo della mobilità e dell’automotive. Dalla selezione del personale alla gestione delle attività quotidiane, gli algoritmi sono ormai parte integrante del lavoro. Insieme alle opportunità emergono anche nuove criticità: tra queste il rischio che l’AI possa replicare – o addirittura amplificare – stereotipi e disuguaglianze già presenti nei dati da cui apprende.

Il tema è stato al centro della quinta edizione del Pink Mobility Day, l'evento dedicato a lavoro, mobilità e inclusione promosso a Milano da LabSumo con la partecipazione dell'associazione dei fleet e mobility manager Best Mobility e di Bt Lounge, il laboratorio dei travel manager delle principali aziende nazionali e multinazionali attive in Italia. L'edizione 2026 si è concentrata proprio sulla cosiddetta "discriminazione artificiale": il rischio che l'adozione crescente dell'AI nei luoghi di lavoro generi nuove forme di bias nei processi decisionali.

Nel settore automotive il tema dell'inclusione resta particolarmente sensibile. Negli ultimi anni si sono registrati segnali di cambiamento, con una crescita della presenza femminile anche in ruoli di leadership. Tuttavia l'ingresso massiccio delle tecnologie digitali nei processi aziendali apre nuove sfide.

“L’adozione sempre più diffusa dell’AI sta indubbiamente ridefinendo i processi decisionali nelle aziende, ma porta con sé un rischio concreto: quello di incorporare e amplificare bias già presenti nei dati e nelle organizzazioni. Per questo”, ha spiegato Raffaella Tavazza, vicepresidente dell’associazione ANIASA, “è fondamentale sviluppare modelli trasparenti, basati su informazioni consapevoli, guidati da leadership che sappiano orientare la tecnologia verso equità e inclusione. In un settore come l’automotive, storicamente sbilanciato nella rappresentanza, questo tema è ancora più urgente. Negli ultimi anni abbiamo però visto segnali positivi: la presenza femminile nei ruoli apicali sta crescendo e la mia nomina come Vice Presidente ANIASA, prima donna nel Consiglio Generale, va proprio in questa direzione. È la prova che il cambiamento è possibile, a patto che continuiamo a governare l’innovazione con responsabilità e visione”.

Il dibattito si inserisce in un contesto di forte crescita dell’utilizzo dell’intelligenza artificiale. Secondo i dati presentati dall’Osservatorio Artificial Intelligence del Politecnico di Milano, il 71% delle grandi imprese italiane ha già avviato almeno una sperimentazione con l’AI. Decisamente molto diffusa anche l’adozione degli strumenti di intelligenza artificiale generativa: il 53% delle grandi e grandissime aziende ha acquistato licenze per applicazioni di produttività personale, una quota superiore rispetto a Francia (42%), Germania (43%) e Regno Unito (45%).

Per Nataliia Roskladka, Ricercatrice Senior dell’Osservatorio Artificial Intelligence del Politecnico di Milano dall'analisi delle adozioni dell’AI nelle grandi, medie e piccole imprese italiane emerge un quadro dinamico: “L’intelligenza artificiale sta trasformando il modo di lavorare nelle imprese italiane. I dati mostrano un forte interesse verso l’AI generativa come

leva di innovazione e produttività, ma è importante guardare oltre le promesse di 'tempo risparmiato'. Secondo diversi studi, l'AI non necessariamente riduce il carico di lavoro: al contrario, tende a intensificarlo, spingendo i lavoratori a fare di più, in più ambiti e spesso per più tempo, senza ridurre davvero lo sforzo complessivo. Questo ci invita a riflettere non solo sulle tecnologie in sé, ma su come vengono integrate nei processi e nelle culture aziendali: l'obiettivo non dovrebbe essere solo aumentare la produttività, ma anche capire come gestire responsabilmente il lavoro che ne deriva, per evitare carichi insostenibili e promuovere un uso dell'AI che sia efficace e sostenibile."

Sull'impatto delle tecnologie e dell'AI sulla qualità della vita e sulla condizione lavorativa si è soffermato Ivano Montrone, Community Manager di Valore D: "I dati dell'Osservatorio D di Valore D sul benessere tecnologico ci dicono che l'84% degli italiani considera lo sviluppo tecnologico un fattore che semplifica la vita e migliora l'accesso a informazioni e servizi, con una percezione condivisa da tutte le generazioni. L'utilizzo dell'intelligenza artificiale è ormai trasversale: quasi il 70% degli over 55 la usa per informarsi e approfondire, mentre il 50% dei laureati la impiega per potenziare performance lavorative e di studio. Accanto alle opportunità, emergono però limiti legati a bias, stereotipi, etica e trasparenza. Per questo crediamo che l'AI non sia uno strumento neutro o "pronto all'uso", ma una leva di trasformazione culturale e di governance: per diventare davvero AI-driven, le imprese devono integrare obiettivi di equità e inclusione nei processi decisionali, facendo della tecnologia un'occasione per mettere al centro le persone".

Secondo gli esperti, infatti, gli algoritmi non sono strumenti neutri: apprendono dai dati disponibili e, se questi riflettono squilibri sociali o culturali, possono riprodurli nelle decisioni automatizzate.

Il messaggio emerso dal Pink Mobility Day è chiaro: la vera sfida non è solo adottare nuove tecnologie, ma governarle. Perché l'innovazione diventi davvero progresso, le imprese – anche nel settore automotive – devono integrare nei propri processi obiettivi di equità e inclusione, facendo dell'intelligenza artificiale non solo una leva di produttività, ma anche uno strumento capace di mettere al centro le persone.

IA e automotive, il rischio della “discriminazione artificiale” nel lavoro. Tema al centro della 5^ edizione del Pink Mobility Day

L’intelligenza artificiale sta entrando sempre più profondamente nei processi aziendali, anche nel mondo della mobilità e dell’automotive. Dalla selezione del personale alla gestione delle attività quotidiane, gli algoritmi sono ormai parte integrante del lavoro. Insieme alle opportunità emergono anche nuove criticità: tra queste il rischio che l’AI possa replicare – o addirittura amplificare – stereotipi e disuguaglianze già presenti nei dati da cui apprende.

Il tema è stato al centro della quinta edizione del Pink Mobility Day, l'evento dedicato a lavoro, mobilità e inclusione promosso a Milano da LabSumo con la partecipazione dell'associazione dei fleet e mobility manager Best Mobility e di Bt Lounge, il laboratorio dei travel manager delle principali aziende nazionali e multinazionali attive in Italia. L'edizione 2026 si è concentrata proprio sulla cosiddetta "discriminazione artificiale": il rischio che l'adozione crescente dell'AI nei luoghi di lavoro generi nuove forme di bias nei processi decisionali.

Nel settore automotive il tema dell'inclusione resta particolarmente sensibile. Negli ultimi anni si sono registrati segnali di cambiamento, con una crescita della presenza femminile anche in ruoli di leadership. Tuttavia l'ingresso massiccio delle tecnologie digitali nei processi aziendali apre nuove sfide.

“L’adozione sempre più diffusa dell’AI sta indubbiamente ridefinendo i processi decisionali nelle aziende, ma porta con sé un rischio concreto: quello di incorporare e amplificare bias già presenti nei dati e nelle organizzazioni. Per questo”, ha spiegato Raffaella Tavazza, vicepresidente dell’associazione ANIASA, “è fondamentale sviluppare modelli trasparenti, basati su informazioni consapevoli, guidati da leadership che sappiano orientare la tecnologia verso equità e inclusione. In un settore come l’automotive, storicamente sbilanciato nella rappresentanza, questo tema è ancora più urgente. Negli ultimi anni abbiamo però visto segnali positivi: la presenza femminile nei ruoli apicali sta crescendo e la mia nomina come Vice Presidente ANIASA, prima donna nel Consiglio Generale, va proprio in questa direzione. È la prova che il cambiamento è possibile, a patto che continuiamo a governare l’innovazione con responsabilità e visione”.

Il dibattito si inserisce in un contesto di forte crescita dell’utilizzo dell’intelligenza artificiale. Secondo i dati presentati dall’Osservatorio Artificial Intelligence del Politecnico di Milano, il 71% delle grandi imprese italiane ha già avviato almeno una sperimentazione con l’AI. Decisamente molto diffusa anche l’adozione degli strumenti di intelligenza artificiale generativa: il 53% delle grandi e grandissime aziende ha acquistato licenze per applicazioni di produttività personale, una quota superiore rispetto a Francia (42%), Germania (43%) e Regno Unito (45%).

Per Nataliia Roskladka, Ricercatrice Senior dell’Osservatorio Artificial Intelligence del Politecnico di Milano dall'analisi delle adozioni dell’AI nelle grandi, medie e piccole imprese italiane emerge un quadro dinamico: “L’intelligenza artificiale sta trasformando il modo di lavorare nelle imprese italiane. I dati mostrano un forte interesse verso l’AI generativa come

leva di innovazione e produttività, ma è importante guardare oltre le promesse di 'tempo risparmiato'. Secondo diversi studi, l'AI non necessariamente riduce il carico di lavoro: al contrario, tende a intensificarlo, spingendo i lavoratori a fare di più, in più ambiti e spesso per più tempo, senza ridurre davvero lo sforzo complessivo. Questo ci invita a riflettere non solo sulle tecnologie in sé, ma su come vengono integrate nei processi e nelle culture aziendali: l'obiettivo non dovrebbe essere solo aumentare la produttività, ma anche capire come gestire responsabilmente il lavoro che ne deriva, per evitare carichi insostenibili e promuovere un uso dell'AI che sia efficace e sostenibile."

Sull'impatto delle tecnologie e dell'AI sulla qualità della vita e sulla condizione lavorativa si è soffermato Ivano Montrone, Community Manager di Valore D: "I dati dell'Osservatorio D di Valore D sul benessere tecnologico ci dicono che l'84% degli italiani considera lo sviluppo tecnologico un fattore che semplifica la vita e migliora l'accesso a informazioni e servizi, con una percezione condivisa da tutte le generazioni. L'utilizzo dell'intelligenza artificiale è ormai trasversale: quasi il 70% degli over 55 la usa per informarsi e approfondire, mentre il 50% dei laureati la impiega per potenziare performance lavorative e di studio. Accanto alle opportunità, emergono però limiti legati a bias, stereotipi, etica e trasparenza. Per questo crediamo che l'AI non sia uno strumento neutro o "pronto all'uso", ma una leva di trasformazione culturale e di governance: per diventare davvero AI-driven, le imprese devono integrare obiettivi di equità e inclusione nei processi decisionali, facendo della tecnologia un'occasione per mettere al centro le persone".

Secondo gli esperti, infatti, gli algoritmi non sono strumenti neutri: apprendono dai dati disponibili e, se questi riflettono squilibri sociali o culturali, possono riprodurli nelle decisioni automatizzate.

Il messaggio emerso dal Pink Mobility Day è chiaro: la vera sfida non è solo adottare nuove tecnologie, ma governarle. Perché l'innovazione diventi davvero progresso, le imprese – anche nel settore automotive – devono integrare nei propri processi obiettivi di equità e inclusione, facendo dell'intelligenza artificiale non solo una leva di produttività, ma anche uno strumento capace di mettere al centro le persone.

IA e automotive, il rischio della “discriminazione artificiale” nel lavoro. Tema al centro della 5^ edizione del Pink Mobility Day

L’intelligenza artificiale sta entrando sempre più profondamente nei processi aziendali, anche nel mondo della mobilità e dell’automotive. Dalla selezione del personale alla gestione delle attività quotidiane, gli algoritmi sono ormai parte integrante del lavoro. Insieme alle opportunità emergono anche nuove criticità: tra queste il rischio che l’AI possa replicare – o addirittura amplificare – stereotipi e disuguaglianze già presenti nei dati da cui apprende.

Il tema è stato al centro della quinta edizione del Pink Mobility Day, l'evento dedicato a lavoro, mobilità e inclusione promosso a Milano da LabSumo con la partecipazione dell'associazione dei fleet e mobility manager Best Mobility e di Bt Lounge, il laboratorio dei travel manager delle principali aziende nazionali e multinazionali attive in Italia. L'edizione 2026 si è concentrata proprio sulla cosiddetta "discriminazione artificiale": il rischio che l'adozione crescente dell'AI nei luoghi di lavoro generi nuove forme di bias nei processi decisionali.

Nel settore automotive il tema dell'inclusione resta particolarmente sensibile. Negli ultimi anni si sono registrati segnali di cambiamento, con una crescita della presenza femminile anche in ruoli di leadership. Tuttavia l'ingresso massiccio delle tecnologie digitali nei processi aziendali apre nuove sfide.

“L’adozione sempre più diffusa dell’AI sta indubbiamente ridefinendo i processi decisionali nelle aziende, ma porta con sé un rischio concreto: quello di incorporare e amplificare bias già presenti nei dati e nelle organizzazioni. Per questo”, ha spiegato Raffaella Tavazza, vicepresidente dell’associazione ANIASA, “è fondamentale sviluppare modelli trasparenti, basati su informazioni consapevoli, guidati da leadership che sappiano orientare la tecnologia verso equità e inclusione. In un settore come l’automotive, storicamente sbilanciato nella rappresentanza, questo tema è ancora più urgente. Negli ultimi anni abbiamo però visto segnali positivi: la presenza femminile nei ruoli apicali sta crescendo e la mia nomina come Vice Presidente ANIASA, prima donna nel Consiglio Generale, va proprio in questa direzione. È la prova che il cambiamento è possibile, a patto che continuiamo a governare l’innovazione con responsabilità e visione”.

Il dibattito si inserisce in un contesto di forte crescita dell’utilizzo dell’intelligenza artificiale. Secondo i dati presentati dall’Osservatorio Artificial Intelligence del Politecnico di Milano, il 71% delle grandi imprese italiane ha già avviato almeno una sperimentazione con l’AI. Decisamente molto diffusa anche l’adozione degli strumenti di intelligenza artificiale generativa: il 53% delle grandi e grandissime aziende ha acquistato licenze per applicazioni di produttività personale, una quota superiore rispetto a Francia (42%), Germania (43%) e Regno Unito (45%).

Per Nataliia Roskladka, Ricercatrice Senior dell’Osservatorio Artificial Intelligence del Politecnico di Milano dall'analisi delle adozioni dell’AI nelle grandi, medie e piccole imprese italiane emerge un quadro dinamico: “L’intelligenza artificiale sta trasformando il modo di lavorare nelle imprese italiane. I dati mostrano un forte interesse verso l’AI generativa come

leva di innovazione e produttività, ma è importante guardare oltre le promesse di 'tempo risparmiato'. Secondo diversi studi, l'AI non necessariamente riduce il carico di lavoro: al contrario, tende a intensificarlo, spingendo i lavoratori a fare di più, in più ambiti e spesso per più tempo, senza ridurre davvero lo sforzo complessivo. Questo ci invita a riflettere non solo sulle tecnologie in sé, ma su come vengono integrate nei processi e nelle culture aziendali: l'obiettivo non dovrebbe essere solo aumentare la produttività, ma anche capire come gestire responsabilmente il lavoro che ne deriva, per evitare carichi insostenibili e promuovere un uso dell'AI che sia efficace e sostenibile."

Sull'impatto delle tecnologie e dell'AI sulla qualità della vita e sulla condizione lavorativa si è soffermato Ivano Montrone, Community Manager di Valore D: "I dati dell'Osservatorio D di Valore D sul benessere tecnologico ci dicono che l'84% degli italiani considera lo sviluppo tecnologico un fattore che semplifica la vita e migliora l'accesso a informazioni e servizi, con una percezione condivisa da tutte le generazioni. L'utilizzo dell'intelligenza artificiale è ormai trasversale: quasi il 70% degli over 55 la usa per informarsi e approfondire, mentre il 50% dei laureati la impiega per potenziare performance lavorative e di studio. Accanto alle opportunità, emergono però limiti legati a bias, stereotipi, etica e trasparenza. Per questo crediamo che l'AI non sia uno strumento neutro o "pronto all'uso", ma una leva di trasformazione culturale e di governance: per diventare davvero AI-driven, le imprese devono integrare obiettivi di equità e inclusione nei processi decisionali, facendo della tecnologia un'occasione per mettere al centro le persone".

Secondo gli esperti, infatti, gli algoritmi non sono strumenti neutri: apprendono dai dati disponibili e, se questi riflettono squilibri sociali o culturali, possono riprodurli nelle decisioni automatizzate.

Il messaggio emerso dal Pink Mobility Day è chiaro: la vera sfida non è solo adottare nuove tecnologie, ma governarle. Perché l'innovazione diventi davvero progresso, le imprese – anche nel settore automotive – devono integrare nei propri processi obiettivi di equità e inclusione, facendo dell'intelligenza artificiale non solo una leva di produttività, ma anche uno strumento capace di mettere al centro le persone.

L'intelligenza artificiale, il lavoro e l'automotive: rischio diseguaglianze?

I tre talk sul tema del Pink Mobility Day 2026

L'**intelligenza artificiale** nel mondo del lavoro e nell'automotive. Questo è stato il tema principale della nuova edizione del **Pink Mobility Day**, l'ormai tradizionale appuntamento di Milano da LabSumo, con la partecipazione dell'Associazione di fleet e mobility manager Best Mobility e di Bt Lounge, il Laboratorio di travel manager delle più importanti aziende nazionali e multinazionali attive in Italia, e il patrocinio di ANIASA, GBTA Italia, UNRAE e Valore D.

L'intelligenza e la discriminazione artificiale

L'utilizzo dell'intelligenza artificiale in Italia sta crescendo costantemente. Secondo le ultime stime, quasi il 70% degli italiani **over 55** la utilizza per informarsi e approfondire, mentre il 50% dei **laureati** la usa per migliorare performance lavorative e di studio. Cresce in modo significativo anche l'impiego da parte delle aziende. Secondo i dati presentati dall'Osservatorio AI del Politecnico di Milano, il 71% delle **grandi imprese** in Italia ha avviato almeno una sperimentazione in AI. Per quanto riguarda invece l'adozione degli strumenti di genAI, il 53% delle grandi e grandissime aziende ha acquistato licenze di questi strumenti per la produttività personale.

Questo dato, tra l'altro, mette l'Italia nettamente **al primo posto in Europa** sul tema, visto che

Regno Unito, Germania e Francia, sono ancora ampiamente sotto il 50% nell'adozione dell'AI. Insomma, una trasformazione epocale in atto, di cui si è discusso nel corso del Pink Mobility Day 2026, con in primo piano la '**discriminazione artificiale**'. Di cosa si tratta? Il rischio che l'adozione crescente dell'AI nei luoghi di lavoro possa replicare o accentuare disuguaglianze già esistenti. In particolare, sui processi di selezione e sulle attività quotidiane in azienda.

"Serve orientare l'IA verso equità ed inclusione"

All'evento di Milano, **tre talk** hanno approfondito questo impatto dell'intelligenza artificiale sulla rappresentazione del lavoro, sui processi di selezione e sulle attività quotidiane in azienda, analizzando come nascono i bias (pregiudizi) e quali strumenti possono prevenirli prima che diventino prassi consolidata, rendendo così dannoso questo utilizzo.

Il confronto sul tema è stato aperto da **Raffaella Tavazza**, vicepresidente ANIASA: "È fondamentale sviluppare modelli trasparenti, basati su informazioni consapevoli, guidati da leadership che sappiano orientare la tecnologia verso equità e inclusione – le sue parole a Pink Mobility Day 2026 – In un settore come l'automotive, storicamente sbilanciato nella rappresentanza, questo tema è ancora più urgente. Negli ultimi anni abbiamo però visto segnali positivi: la presenza femminile nei ruoli apicali sta crescendo e la mia nomina come vicepresidente ANIASA, prima donna nel Consiglio Generale, va proprio in questa direzione. È la prova che il cambiamento è possibile, a patto che continuiamo a governare l'innovazione con responsabilità e visione".

L'adozione dell'intelligenza artificiale nelle aziende è stata analizzata da **Nataliia Roskladka**, Ricercatrice Senior dell'Osservatorio Artificial Intelligence del Politecnico di Milano: "I dati mostrano un forte interesse verso l'AI generativa come leva di innovazione e produttività, ma è importante guardare oltre le promesse di 'tempo risparmiato'. Secondo diversi studi, l'AI non necessariamente riduce il carico di lavoro: al contrario, tende a intensificarlo, spingendo i lavoratori a fare di più, in più ambiti e spesso per più tempo, senza ridurre davvero lo sforzo complessivo. L'obiettivo non dovrebbe essere solo aumentare la produttività, ma anche capire come gestire responsabilmente il lavoro che ne deriva, per evitare carichi insostenibili".

Infine, c'è stato l'intervento di **Ivano Montrone**, Community Manager di Valore D, sull'impatto dell'intelligenza artificiale sulla qualità della vita e sulla condizione lavorativa: "L'84% degli italiani considera lo sviluppo tecnologico un fattore che semplifica la vita e migliora l'accesso a informazioni e servizi, con una percezione condivisa da tutte le generazioni. L'utilizzo dell'intelligenza artificiale è ormai trasversale: quasi il 70% degli over 55 la usa per informarsi e approfondire, mentre il 50% dei laureati la impiega per potenziare performance lavorative e di studio. Accanto alle opportunità, emergono però limiti legati a bias, stereotipi, etica e trasparenza".

Quindi non basta utilizzare l'intelligenza artificiale, ma serve "integrare obiettivi di equità e inclusione nei processi decisionali, facendo della tecnologia un'occasione per mettere al centro le persone". Dal confronto tra i manager, è chiaro come l'intelligenza artificiale non sia

neutra, ma **impari dai dati ricevuti**. Se quest'ultimi riflettono degli squilibri, può riprodurli o amplificarli, con conseguenze concrete su valutazioni, opportunità e percorsi di carriera.

IA e automotive, il rischio della “discriminazione artificiale” nel lavoro. Tema al centro della 5^ edizione del Pink Mobility Day

L’intelligenza artificiale sta entrando sempre più profondamente nei processi aziendali, anche nel mondo della mobilità e dell’automotive. Dalla selezione del personale alla gestione delle attività quotidiane, gli algoritmi sono ormai parte integrante del lavoro. Insieme alle opportunità emergono anche nuove criticità: tra queste il rischio che l’AI possa replicare – o addirittura amplificare – stereotipi e disuguaglianze già presenti nei dati da cui apprende.

Il tema è stato al centro della quinta edizione del Pink Mobility Day, l'evento dedicato a lavoro, mobilità e inclusione promosso a Milano da LabSumo con la partecipazione dell'associazione dei fleet e mobility manager Best Mobility e di Bt Lounge, il laboratorio dei travel manager delle principali aziende nazionali e multinazionali attive in Italia. L'edizione 2026 si è concentrata proprio sulla cosiddetta "discriminazione artificiale": il rischio che l'adozione crescente dell'AI nei luoghi di lavoro generi nuove forme di bias nei processi decisionali.

Nel settore automotive il tema dell'inclusione resta particolarmente sensibile. Negli ultimi anni si sono registrati segnali di cambiamento, con una crescita della presenza femminile anche in ruoli di leadership. Tuttavia l'ingresso massiccio delle tecnologie digitali nei processi aziendali apre nuove sfide.

“L’adozione sempre più diffusa dell’AI sta indubbiamente ridefinendo i processi decisionali nelle aziende, ma porta con sé un rischio concreto: quello di incorporare e amplificare bias già presenti nei dati e nelle organizzazioni. Per questo”, ha spiegato Raffaella Tavazza, vicepresidente dell’associazione ANIASA, “è fondamentale sviluppare modelli trasparenti, basati su informazioni consapevoli, guidati da leadership che sappiano orientare la tecnologia verso equità e inclusione. In un settore come l’automotive, storicamente sbilanciato nella rappresentanza, questo tema è ancora più urgente. Negli ultimi anni abbiamo però visto segnali positivi: la presenza femminile nei ruoli apicali sta crescendo e la mia nomina come Vice Presidente ANIASA, prima donna nel Consiglio Generale, va proprio in questa direzione. È la prova che il cambiamento è possibile, a patto che continuiamo a governare l’innovazione con responsabilità e visione”.

Il dibattito si inserisce in un contesto di forte crescita dell’utilizzo dell’intelligenza artificiale. Secondo i dati presentati dall’Osservatorio Artificial Intelligence del Politecnico di Milano, il 71% delle grandi imprese italiane ha già avviato almeno una sperimentazione con l’AI. Decisamente molto diffusa anche l’adozione degli strumenti di intelligenza artificiale generativa: il 53% delle grandi e grandissime aziende ha acquistato licenze per applicazioni di produttività personale, una quota superiore rispetto a Francia (42%), Germania (43%) e Regno Unito (45%).

Per Nataliia Roskladka, Ricercatrice Senior dell’Osservatorio Artificial Intelligence del Politecnico di Milano dall'analisi delle adozioni dell’AI nelle grandi, medie e piccole imprese italiane emerge un quadro dinamico: “L’intelligenza artificiale sta trasformando il modo di lavorare nelle imprese italiane. I dati mostrano un forte interesse verso l’AI generativa come

leva di innovazione e produttività, ma è importante guardare oltre le promesse di 'tempo risparmiato'. Secondo diversi studi, l'AI non necessariamente riduce il carico di lavoro: al contrario, tende a intensificarlo, spingendo i lavoratori a fare di più, in più ambiti e spesso per più tempo, senza ridurre davvero lo sforzo complessivo. Questo ci invita a riflettere non solo sulle tecnologie in sé, ma su come vengono integrate nei processi e nelle culture aziendali: l'obiettivo non dovrebbe essere solo aumentare la produttività, ma anche capire come gestire responsabilmente il lavoro che ne deriva, per evitare carichi insostenibili e promuovere un uso dell'AI che sia efficace e sostenibile."

Sull'impatto delle tecnologie e dell'AI sulla qualità della vita e sulla condizione lavorativa si è soffermato Ivano Montrone, Community Manager di Valore D: "I dati dell'Osservatorio D di Valore D sul benessere tecnologico ci dicono che l'84% degli italiani considera lo sviluppo tecnologico un fattore che semplifica la vita e migliora l'accesso a informazioni e servizi, con una percezione condivisa da tutte le generazioni. L'utilizzo dell'intelligenza artificiale è ormai trasversale: quasi il 70% degli over 55 la usa per informarsi e approfondire, mentre il 50% dei laureati la impiega per potenziare performance lavorative e di studio. Accanto alle opportunità, emergono però limiti legati a bias, stereotipi, etica e trasparenza. Per questo crediamo che l'AI non sia uno strumento neutro o "pronto all'uso", ma una leva di trasformazione culturale e di governance: per diventare davvero AI-driven, le imprese devono integrare obiettivi di equità e inclusione nei processi decisionali, facendo della tecnologia un'occasione per mettere al centro le persone".

Secondo gli esperti, infatti, gli algoritmi non sono strumenti neutri: apprendono dai dati disponibili e, se questi riflettono squilibri sociali o culturali, possono riprodurli nelle decisioni automatizzate.

Il messaggio emerso dal Pink Mobility Day è chiaro: la vera sfida non è solo adottare nuove tecnologie, ma governarle. Perché l'innovazione diventi davvero progresso, le imprese – anche nel settore automotive – devono integrare nei propri processi obiettivi di equità e inclusione, facendo dell'intelligenza artificiale non solo una leva di produttività, ma anche uno strumento capace di mettere al centro le persone.

IA e automotive, il rischio della “discriminazione artificiale” nel lavoro. Tema al centro della 5^ edizione del Pink Mobility Day

L’intelligenza artificiale sta entrando sempre più profondamente nei processi aziendali, anche nel mondo della mobilità e dell’automotive. Dalla selezione del personale alla gestione delle attività quotidiane, gli algoritmi sono ormai parte integrante del lavoro. Insieme alle opportunità emergono anche nuove criticità: tra queste il rischio che l’AI possa replicare – o addirittura amplificare – stereotipi e disuguaglianze già presenti nei dati da cui apprende.

Il tema è stato al centro della quinta edizione del Pink Mobility Day, l'evento dedicato a lavoro, mobilità e inclusione promosso a Milano da LabSumo con la partecipazione dell'associazione dei fleet e mobility manager Best Mobility e di Bt Lounge, il laboratorio dei travel manager delle principali aziende nazionali e multinazionali attive in Italia. L'edizione 2026 si è concentrata proprio sulla cosiddetta "discriminazione artificiale": il rischio che l'adozione crescente dell'AI nei luoghi di lavoro generi nuove forme di bias nei processi decisionali.

Nel settore automotive il tema dell'inclusione resta particolarmente sensibile. Negli ultimi anni si sono registrati segnali di cambiamento, con una crescita della presenza femminile anche in ruoli di leadership. Tuttavia l'ingresso massiccio delle tecnologie digitali nei processi aziendali apre nuove sfide.

“L’adozione sempre più diffusa dell’AI sta indubbiamente ridefinendo i processi decisionali nelle aziende, ma porta con sé un rischio concreto: quello di incorporare e amplificare bias già presenti nei dati e nelle organizzazioni. Per questo”, ha spiegato Raffaella Tavazza, vicepresidente dell’associazione ANIASA, “è fondamentale sviluppare modelli trasparenti, basati su informazioni consapevoli, guidati da leadership che sappiano orientare la tecnologia verso equità e inclusione. In un settore come l’automotive, storicamente sbilanciato nella rappresentanza, questo tema è ancora più urgente. Negli ultimi anni abbiamo però visto segnali positivi: la presenza femminile nei ruoli apicali sta crescendo e la mia nomina come Vice Presidente ANIASA, prima donna nel Consiglio Generale, va proprio in questa direzione. È la prova che il cambiamento è possibile, a patto che continuiamo a governare l’innovazione con responsabilità e visione”.

Il dibattito si inserisce in un contesto di forte crescita dell’utilizzo dell’intelligenza artificiale. Secondo i dati presentati dall’Osservatorio Artificial Intelligence del Politecnico di Milano, il 71% delle grandi imprese italiane ha già avviato almeno una sperimentazione con l’AI. Decisamente molto diffusa anche l’adozione degli strumenti di intelligenza artificiale generativa: il 53% delle grandi e grandissime aziende ha acquistato licenze per applicazioni di produttività personale, una quota superiore rispetto a Francia (42%), Germania (43%) e Regno Unito (45%).

Per Nataliia Roskladka, Ricercatrice Senior dell’Osservatorio Artificial Intelligence del Politecnico di Milano dall'analisi delle adozioni dell’AI nelle grandi, medie e piccole imprese italiane emerge un quadro dinamico: “L’intelligenza artificiale sta trasformando il modo di lavorare nelle imprese italiane. I dati mostrano un forte interesse verso l’AI generativa come

leva di innovazione e produttività, ma è importante guardare oltre le promesse di 'tempo risparmiato'. Secondo diversi studi, l'AI non necessariamente riduce il carico di lavoro: al contrario, tende a intensificarlo, spingendo i lavoratori a fare di più, in più ambiti e spesso per più tempo, senza ridurre davvero lo sforzo complessivo. Questo ci invita a riflettere non solo sulle tecnologie in sé, ma su come vengono integrate nei processi e nelle culture aziendali: l'obiettivo non dovrebbe essere solo aumentare la produttività, ma anche capire come gestire responsabilmente il lavoro che ne deriva, per evitare carichi insostenibili e promuovere un uso dell'AI che sia efficace e sostenibile."

Sull'impatto delle tecnologie e dell'AI sulla qualità della vita e sulla condizione lavorativa si è soffermato Ivano Montrone, Community Manager di Valore D: "I dati dell'Osservatorio D di Valore D sul benessere tecnologico ci dicono che l'84% degli italiani considera lo sviluppo tecnologico un fattore che semplifica la vita e migliora l'accesso a informazioni e servizi, con una percezione condivisa da tutte le generazioni. L'utilizzo dell'intelligenza artificiale è ormai trasversale: quasi il 70% degli over 55 la usa per informarsi e approfondire, mentre il 50% dei laureati la impiega per potenziare performance lavorative e di studio. Accanto alle opportunità, emergono però limiti legati a bias, stereotipi, etica e trasparenza. Per questo crediamo che l'AI non sia uno strumento neutro o "pronto all'uso", ma una leva di trasformazione culturale e di governance: per diventare davvero AI-driven, le imprese devono integrare obiettivi di equità e inclusione nei processi decisionali, facendo della tecnologia un'occasione per mettere al centro le persone".

Secondo gli esperti, infatti, gli algoritmi non sono strumenti neutri: apprendono dai dati disponibili e, se questi riflettono squilibri sociali o culturali, possono riprodurli nelle decisioni automatizzate.

Il messaggio emerso dal Pink Mobility Day è chiaro: la vera sfida non è solo adottare nuove tecnologie, ma governarle. Perché l'innovazione diventi davvero progresso, le imprese – anche nel settore automotive – devono integrare nei propri processi obiettivi di equità e inclusione, facendo dell'intelligenza artificiale non solo una leva di produttività, ma anche uno strumento capace di mettere al centro le persone.

IA e automotive, il rischio della “discriminazione artificiale” nel lavoro. Tema al centro della 5^ edizione del Pink Mobility Day

L’intelligenza artificiale sta entrando sempre più profondamente nei processi aziendali, anche nel mondo della mobilità e dell’automotive. Dalla selezione del personale alla gestione delle attività quotidiane, gli algoritmi sono ormai parte integrante del lavoro. Insieme alle opportunità emergono anche nuove criticità: tra queste il rischio che l’AI possa replicare – o addirittura amplificare – stereotipi e disuguaglianze già presenti nei dati da cui apprende.

Il tema è stato al centro della quinta edizione del Pink Mobility Day, l'evento dedicato a lavoro, mobilità e inclusione promosso a Milano da LabSumo con la partecipazione dell'associazione dei fleet e mobility manager Best Mobility e di Bt Lounge, il laboratorio dei travel manager delle principali aziende nazionali e multinazionali attive in Italia. L'edizione 2026 si è concentrata proprio sulla cosiddetta "discriminazione artificiale": il rischio che l'adozione crescente dell'AI nei luoghi di lavoro generi nuove forme di bias nei processi decisionali.

Nel settore automotive il tema dell'inclusione resta particolarmente sensibile. Negli ultimi anni si sono registrati segnali di cambiamento, con una crescita della presenza femminile anche in ruoli di leadership. Tuttavia l'ingresso massiccio delle tecnologie digitali nei processi aziendali apre nuove sfide.

"L'adozione sempre più diffusa dell'AI sta indubbiamente ridefinendo i processi decisionali nelle aziende, ma porta con sé un rischio concreto: quello di incorporare e amplificare bias già presenti nei dati e nelle organizzazioni. Per questo", ha spiegato Raffaella Tavazza, vicepresidente dell'associazione ANIASA, "è fondamentale sviluppare modelli trasparenti, basati su informazioni consapevoli, guidati da leadership che sappiano orientare la tecnologia verso equità e inclusione. In un settore come l'automotive, storicamente sbilanciato nella rappresentanza, questo tema è ancora più urgente. Negli ultimi anni abbiamo però visto segnali positivi: la presenza femminile nei ruoli apicali sta crescendo e la mia nomina come Vice Presidente ANIASA, prima donna nel Consiglio Generale, va proprio in questa direzione. È la prova che il cambiamento è possibile, a patto che continuiamo a governare l'innovazione con responsabilità e visione".

Il dibattito si inserisce in un contesto di forte crescita dell'utilizzo dell'intelligenza artificiale. Secondo i dati presentati dall'Osservatorio Artificial Intelligence del Politecnico di Milano, il 71% delle grandi imprese italiane ha già avviato almeno una sperimentazione con l'AI. Decisamente molto diffusa anche l'adozione degli strumenti di intelligenza artificiale generativa: il 53% delle grandi e grandissime aziende ha acquistato licenze per applicazioni di produttività personale, una quota superiore rispetto a Francia (42%), Germania (43%) e Regno Unito (45%).

Per Nataliia Roskladka, Ricercatrice Senior dell'Osservatorio Artificial Intelligence del Politecnico di Milano dall'analisi delle adozioni dell'AI nelle grandi, medie e piccole imprese italiane emerge un quadro dinamico: "L'intelligenza artificiale sta trasformando il modo di lavorare nelle imprese italiane. I dati mostrano un forte interesse verso l'AI generativa come

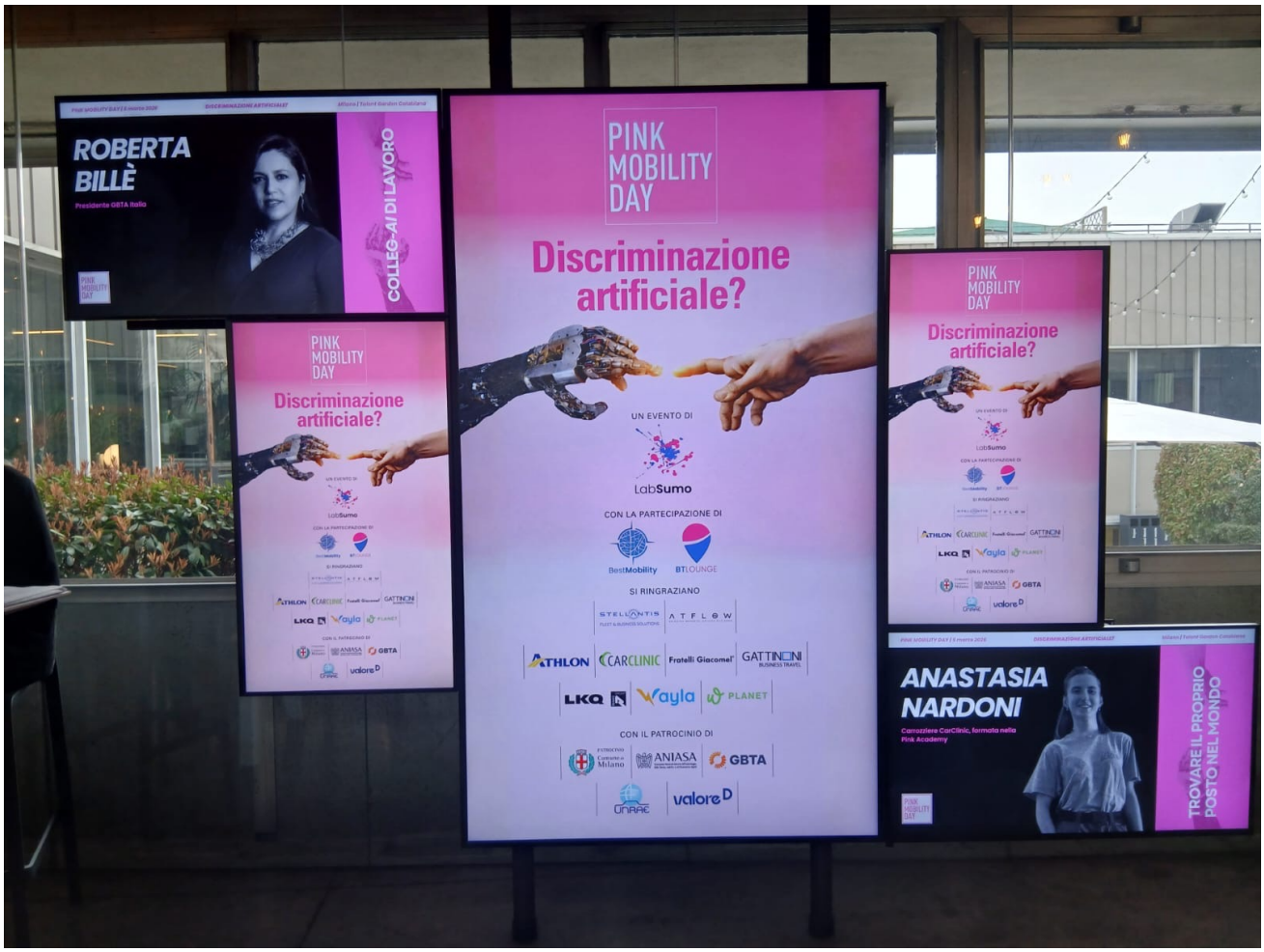
leva di innovazione e produttività, ma è importante guardare oltre le promesse di 'tempo risparmiato'. Secondo diversi studi, l'AI non necessariamente riduce il carico di lavoro: al contrario, tende a intensificarlo, spingendo i lavoratori a fare di più, in più ambiti e spesso per più tempo, senza ridurre davvero lo sforzo complessivo. Questo ci invita a riflettere non solo sulle tecnologie in sé, ma su come vengono integrate nei processi e nelle culture aziendali: l'obiettivo non dovrebbe essere solo aumentare la produttività, ma anche capire come gestire responsabilmente il lavoro che ne deriva, per evitare carichi insostenibili e promuovere un uso dell'AI che sia efficace e sostenibile."

Sull'impatto delle tecnologie e dell'AI sulla qualità della vita e sulla condizione lavorativa si è soffermato Ivano Montrone, Community Manager di Valore D: "I dati dell'Osservatorio D di Valore D sul benessere tecnologico ci dicono che l'84% degli italiani considera lo sviluppo tecnologico un fattore che semplifica la vita e migliora l'accesso a informazioni e servizi, con una percezione condivisa da tutte le generazioni. L'utilizzo dell'intelligenza artificiale è ormai trasversale: quasi il 70% degli over 55 la usa per informarsi e approfondire, mentre il 50% dei laureati la impiega per potenziare performance lavorative e di studio. Accanto alle opportunità, emergono però limiti legati a bias, stereotipi, etica e trasparenza. Per questo crediamo che l'AI non sia uno strumento neutro o "pronto all'uso", ma una leva di trasformazione culturale e di governance: per diventare davvero AI-driven, le imprese devono integrare obiettivi di equità e inclusione nei processi decisionali, facendo della tecnologia un'occasione per mettere al centro le persone".

Secondo gli esperti, infatti, gli algoritmi non sono strumenti neutri: apprendono dai dati disponibili e, se questi riflettono squilibri sociali o culturali, possono riprodurli nelle decisioni automatizzate.

Il messaggio emerso dal Pink Mobility Day è chiaro: la vera sfida non è solo adottare nuove tecnologie, ma governarle. Perché l'innovazione diventi davvero progresso, le imprese – anche nel settore automotive – devono integrare nei propri processi obiettivi di equità e inclusione, facendo dell'intelligenza artificiale non solo una leva di produttività, ma anche uno strumento capace di mettere al centro le persone.

Automotive, lavoro e AI: al Pink Mobility Day il tema della “discriminazione artificiale”



L’intelligenza artificiale sta entrando sempre più nella vita quotidiana e nei processi aziendali, con effetti che riguardano informazione, lavoro e organizzazione delle imprese. Ma insieme alle opportunità emergono anche nuovi interrogativi: cosa accade quando algoritmi e modelli decisionali incorporano stereotipi e pregiudizi presenti nei dati da cui apprendono?

È attorno a questa domanda che si è sviluppata a Milano la quinta edizione del **Pink Mobility Day**, evento promosso da LabSumo con la partecipazione dell’associazione di fleet e mobility manager Best Mobility e di Bt Lounge – il laboratorio dei travel manager delle principali aziende nazionali e multinazionali attive in Italia – e con il patrocinio di ANIASA, GBTA Italia, UNRAE e Valore D.

Il filo conduttore dell’edizione 2026 è stato quello della **“discriminazione artificiale”**, ossia il rischio che l’adozione crescente dell’intelligenza artificiale nei luoghi di lavoro possa replicare o addirittura amplificare disuguaglianze già presenti nelle organizzazioni.

Un uso sempre più diffuso dell'AI

I dati presentati nel corso dell'evento fotografano una diffusione ormai capillare dell'intelligenza artificiale nella società e nel mondo del lavoro.

Secondo le rilevazioni illustrate durante il convegno, **quasi il 70% degli italiani over 55 utilizza l'AI per informarsi e approfondire**, mentre **il 50% dei laureati la impiega per migliorare le performance di studio e lavoro**. Parallelamente cresce anche l'utilizzo da parte delle imprese.

Il Pink Mobility Day ha approfondito proprio le implicazioni di questo cambiamento attraverso tre sessioni dedicate all'impatto dell'intelligenza artificiale sulla rappresentazione del lavoro, sui processi di selezione del personale e sulle attività quotidiane nelle aziende.

Il rischio dei bias negli algoritmi

Ad aprire i lavori è stata **Raffaella Tavazza**, vicepresidente di ANIASA, che ha evidenziato come la diffusione dell'AI stia ridefinendo i processi decisionali nelle imprese.

"L'adozione sempre più diffusa dell'intelligenza artificiale sta cambiando il modo in cui le aziende prendono decisioni", ha spiegato Tavazza. "Ma esiste un rischio concreto: quello di incorporare e amplificare bias già presenti nei dati e nelle organizzazioni. Per questo è fondamentale sviluppare modelli trasparenti e guidati da leadership capaci di orientare la tecnologia verso equità e inclusione".

Nel settore automotive, storicamente caratterizzato da una rappresentanza di genere limitata, il tema assume un significato ancora più rilevante. Negli ultimi anni, tuttavia, secondo Tavazza stanno emergendo segnali di cambiamento, con una crescita della presenza femminile nei ruoli di leadership.

Le imprese italiane e la corsa all'AI

Nel corso dell'evento **Nataliia Roskladka**, ricercatrice senior dell'Osservatorio Artificial Intelligence del Politecnico di Milano, ha presentato alcuni dati sulle adozioni tecnologiche nelle imprese italiane.

Secondo l'Osservatorio, **il 71% delle grandi aziende in Italia ha già avviato almeno una sperimentazione legata all'intelligenza artificiale**. Ancora più rilevante il dato sull'adozione degli strumenti di AI generativa: **il 53% delle grandi imprese ha acquistato licenze per strumenti di produttività basati su genAI**, una percentuale superiore a quella registrata in Francia (42%), Germania (43%) e Regno Unito (45%).

Roskladka ha però invitato a guardare oltre le promesse di efficienza spesso associate a

queste tecnologie. “L’AI non necessariamente riduce il carico di lavoro”, ha spiegato. “In molti casi tende a intensificarlo, spingendo i lavoratori a fare di più e in più ambiti. Questo richiede una riflessione su come le tecnologie vengano integrate nei processi aziendali, perché l’obiettivo non può essere solo aumentare la produttività, ma anche garantire sostenibilità e qualità del lavoro”.

Tecnologia e qualità della vita

Sul rapporto tra innovazione tecnologica e benessere lavorativo si è soffermato **Ivano Montrone**, community manager di Valore D. Secondo i dati dell’Osservatorio D sul benessere tecnologico, **l’84% degli italiani considera lo sviluppo tecnologico un fattore che semplifica la vita e migliora l’accesso a informazioni e servizi**, una percezione condivisa da tutte le generazioni.

Allo stesso tempo, però, emergono criticità legate a **bias, stereotipi, trasparenza e governance delle tecnologie**. “L’intelligenza artificiale non è uno strumento neutro”, ha sottolineato Montrone. “È una leva di trasformazione culturale. Per diventare davvero AI-driven, le aziende devono integrare nei propri processi decisionali obiettivi di equità e inclusione, mettendo al centro le persone”.

Una sfida culturale oltre che tecnologica

Dal confronto tra manager, imprenditrici ed esperte è emerso un messaggio condiviso: l’intelligenza artificiale sta entrando in modo sempre più profondo nei processi aziendali, dalla comunicazione alla selezione del personale fino alle scelte organizzative.

Poiché gli algoritmi apprendono dai dati disponibili, se questi riflettono squilibri o stereotipi sociali esistenti, il rischio è che tali distorsioni vengano replicate o amplificate nei sistemi automatizzati, influenzando valutazioni professionali, opportunità di carriera e processi decisionali. Per questo, secondo i relatori, la sfida non riguarda soltanto l’adozione delle nuove tecnologie ma la loro **governance responsabile**.

L’innovazione, è la conclusione emersa dal Pink Mobility Day 2026, può rappresentare un fattore di progresso solo se accompagnata da modelli di sviluppo inclusivi e da un approccio consapevole all’uso dell’intelligenza artificiale.

Autore

- Redazione Qualitytravel.it

Qualitytravel.it è il più letto web magazine indipendente b2b della travel & event industry. Fornisce news e analisi su turismo, business travel, marketing ed eventi: un punto di vista autorevole sui trend di settore e un utile strumento di lavoro per oltre 100mila lettori mensili.
Scopri di più nel nostro Mediakit

Il nostro impegno è quello di fornire un'informazione puntuale su novità del comparto, raccontare case study e consigli utili per l'attività quotidiana, offrire uno spaccato del mondo del lavoro e notizie di attualità su business, marketing, bandi e gare di settore. Consideriamo quello del turismo e degli eventi un unico grande settore da approcciare con una visione globale e non di parte, mostrando il fenomeno nel suo complesso, senza le distorsioni che avvengono quando si vuole parlare di una sola parte della filiera.
Per restare sempre aggiornato iscriviti alla Newsletter

Visualizza tutti gli articoli

Pink Mobility Day tratta il tema della “discriminazione artificiale”

(Adnkronos) – L’intelligenza artificiale entra sempre più nei processi decisionali delle imprese e nel mondo del lavoro, ma porta con sé anche il rischio di replicare o amplificare stereotipi e pregiudizi già presenti nei dati. È il tema al centro della quinta edizione del Pink Mobility Day, l’evento dedicato al rapporto tra mobilità, lavoro e tecnologia.L’iniziativa è stata promossa da LabSumo, con la partecipazione dell’associazione di fleet e mobility manager Best Mobility e di Bt Lounge.
Secondo i dati presentati nel corso dell’incontro, l’adozione dell’intelligenza artificiale nelle imprese italiane è in forte crescita: il 71% delle grandi aziende ha avviato almeno una sperimentazione di AI, mentre il 53% delle imprese di dimensioni maggiori ha acquistato licenze di strumenti di intelligenza artificiale generativa per la produttività personale. Nel suo intervento Raffaella Tavazza, vice Presidente ANIASA che ha evidenziato come: “L’adozione sempre più diffusa dell’AI sta indubbiamente ridefinendo i processi decisionali nelle aziende, ma porta con sé un rischio concreto: quello di incorporare e amplificare bias già presenti nei dati e nelle organizzazioni. Per questo è fondamentale sviluppare modelli trasparenti, basati su informazioni consapevoli, guidati da leadership che sappiano orientare la tecnologia verso equità e inclusione. In un settore come l’automotive, storicamente sbilanciato nella rappresentanza, questo tema è ancora più urgente. Negli ultimi anni abbiamo però visto segnali positivi: la presenza femminile nei ruoli apicali sta crescendo e la mia nomina come Vice Presidente ANIASA, prima donna nel Consiglio Generale, va proprio in questa direzione. È la prova che il cambiamento è possibile, a patto che continuiamo a governare l’innovazione con responsabilità e visione.”.

—motoriwebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Pubblicato il 6 Marzo 2026

Pink Mobility Day tratta il tema della “discriminazione artificiale”

(Adnkronos) – L’intelligenza artificiale entra sempre più nei processi decisionali delle imprese e nel mondo del lavoro, ma porta con sé anche il rischio di replicare o amplificare stereotipi e pregiudizi già presenti nei dati. È il tema al centro della quinta edizione del Pink Mobility Day, l’evento dedicato al rapporto tra mobilità, lavoro e tecnologia.L’iniziativa è stata promossa da LabSumo, con la partecipazione dell’associazione di fleet e mobility manager Best Mobility e di Bt Lounge.
Secondo i dati presentati nel corso dell’incontro, l’adozione dell’intelligenza artificiale nelle imprese italiane è in forte crescita: il 71% delle grandi aziende ha avviato almeno una sperimentazione di AI, mentre il 53% delle imprese di dimensioni maggiori ha acquistato licenze di strumenti di intelligenza artificiale generativa per la produttività personale. Nel suo intervento Raffaella Tavazza, vice Presidente ANIASA che ha evidenziato come: “L’adozione sempre più diffusa dell’AI sta indubbiamente ridefinendo i processi decisionali nelle aziende, ma porta con sé un rischio concreto: quello di incorporare e amplificare bias già presenti nei dati e nelle organizzazioni. Per questo è fondamentale sviluppare modelli trasparenti, basati su informazioni consapevoli, guidati da leadership che sappiano orientare la tecnologia verso equità e inclusione. In un settore come l’automotive, storicamente sbilanciato nella rappresentanza, questo tema è ancora più urgente. Negli ultimi anni abbiamo però visto segnali positivi: la presenza femminile nei ruoli apicali sta crescendo e la mia nomina come Vice Presidente ANIASA, prima donna nel Consiglio Generale, va proprio in questa direzione. È la prova che il cambiamento è possibile, a patto che continuiamo a governare l’innovazione con responsabilità e visione.”.

—motoriwebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Pubblicato il 6 Marzo 2026

Pink Mobility Day tratta il tema della “discriminazione artificiale”

(Adnkronos) – L’intelligenza artificiale entra sempre più nei processi decisionali delle imprese e nel mondo del lavoro, ma porta con sé anche il rischio di replicare o amplificare stereotipi e pregiudizi già presenti nei dati. È il tema al centro della quinta edizione del Pink Mobility Day, l’evento dedicato al rapporto tra mobilità, lavoro e tecnologia.L’iniziativa è stata promossa da LabSumo, con la partecipazione dell’associazione di fleet e mobility manager Best Mobility e di Bt Lounge.
Secondo i dati presentati nel corso dell’incontro, l’adozione dell’intelligenza artificiale nelle imprese italiane è in forte crescita: il 71% delle grandi aziende ha avviato almeno una sperimentazione di AI, mentre il 53% delle imprese di dimensioni maggiori ha acquistato licenze di strumenti di intelligenza artificiale generativa per la produttività personale. Nel suo intervento Raffaella Tavazza, vice Presidente ANIASA che ha evidenziato come: “L’adozione sempre più diffusa dell’AI sta indubbiamente ridefinendo i processi decisionali nelle aziende, ma porta con sé un rischio concreto: quello di incorporare e amplificare bias già presenti nei dati e nelle organizzazioni. Per questo è fondamentale sviluppare modelli trasparenti, basati su informazioni consapevoli, guidati da leadership che sappiano orientare la tecnologia verso equità e inclusione. In un settore come l’automotive, storicamente sbilanciato nella rappresentanza, questo tema è ancora più urgente. Negli ultimi anni abbiamo però visto segnali positivi: la presenza femminile nei ruoli apicali sta crescendo e la mia nomina come Vice Presidente ANIASA, prima donna nel Consiglio Generale, va proprio in questa direzione. È la prova che il cambiamento è possibile, a patto che continuiamo a governare l’innovazione con responsabilità e visione.”.

—motoriwebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Pink Mobility Day tratta il tema della “discriminazione artificiale”

(Adnkronos) – L’intelligenza artificiale entra sempre più nei processi decisionali delle imprese e nel mondo del lavoro, ma porta con sé anche il rischio di replicare o amplificare stereotipi e pregiudizi già presenti nei dati. È il tema al centro della quinta edizione del Pink Mobility Day, l’evento dedicato al rapporto tra mobilità, lavoro e tecnologia.L’iniziativa è stata promossa da LabSumo, con la partecipazione dell’associazione di fleet e mobility manager Best Mobility e di Bt Lounge.
Secondo i dati presentati nel corso dell’incontro, l’adozione dell’intelligenza artificiale nelle imprese italiane è in forte crescita: il 71% delle grandi aziende ha avviato almeno una sperimentazione di AI, mentre il 53% delle imprese di dimensioni maggiori ha acquistato licenze di strumenti di intelligenza artificiale generativa per la produttività personale. Nel suo intervento Raffaella Tavazza, vice Presidente ANIASA che ha evidenziato come: “L’adozione sempre più diffusa dell’AI sta indubbiamente ridefinendo i processi decisionali nelle aziende, ma porta con sé un rischio concreto: quello di incorporare e amplificare bias già presenti nei dati e nelle organizzazioni. Per questo è fondamentale sviluppare modelli trasparenti, basati su informazioni consapevoli, guidati da leadership che sappiano orientare la tecnologia verso equità e inclusione. In un settore come l’automotive, storicamente sbilanciato nella rappresentanza, questo tema è ancora più urgente. Negli ultimi anni abbiamo però visto segnali positivi: la presenza femminile nei ruoli apicali sta crescendo e la mia nomina come Vice Presidente ANIASA, prima donna nel Consiglio Generale, va proprio in questa direzione. È la prova che il cambiamento è possibile, a patto che continuiamo a governare l’innovazione con responsabilità e visione.”.

—motoriwebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Pink Mobility Day tratta il tema della “discriminazione artificiale”

(Adnkronos) – L’intelligenza artificiale entra sempre più nei processi decisionali delle imprese e nel mondo del lavoro, ma porta con sé anche il rischio di replicare o amplificare stereotipi e pregiudizi già presenti nei dati. È il tema al centro della quinta edizione del Pink Mobility Day, l’evento dedicato al rapporto tra mobilità, lavoro e tecnologia.L’iniziativa è stata promossa da LabSumo, con la partecipazione dell’associazione di fleet e mobility manager Best Mobility e di Bt Lounge.
Secondo i dati presentati nel corso dell’incontro, l’adozione dell’intelligenza artificiale nelle imprese italiane è in forte crescita: il 71% delle grandi aziende ha avviato almeno una sperimentazione di AI, mentre il 53% delle imprese di dimensioni maggiori ha acquistato licenze di strumenti di intelligenza artificiale generativa per la produttività personale. Nel suo intervento Raffaella Tavazza, vice Presidente ANIASA che ha evidenziato come: “L’adozione sempre più diffusa dell’AI sta indubbiamente ridefinendo i processi decisionali nelle aziende, ma porta con sé un rischio concreto: quello di incorporare e amplificare bias già presenti nei dati e nelle organizzazioni. Per questo è fondamentale sviluppare modelli trasparenti, basati su informazioni consapevoli, guidati da leadership che sappiano orientare la tecnologia verso equità e inclusione. In un settore come l’automotive, storicamente sbilanciato nella rappresentanza, questo tema è ancora più urgente. Negli ultimi anni abbiamo però visto segnali positivi: la presenza femminile nei ruoli apicali sta crescendo e la mia nomina come Vice Presidente ANIASA, prima donna nel Consiglio Generale, va proprio in questa direzione. È la prova che il cambiamento è possibile, a patto che continuiamo a governare l’innovazione con responsabilità e visione.”.

—motoriwebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Pink Mobility Day tratta il tema della “discriminazione artificiale”

Tempo di Lettura: < 1 minuto

(Adnkronos) – L’intelligenza artificiale entra sempre più nei processi decisionali delle imprese e nel mondo del lavoro, ma porta con sé anche il rischio di replicare o amplificare stereotipi e pregiudizi già presenti nei dati. È il tema al centro della quinta edizione del Pink Mobility Day, l’evento dedicato al rapporto tra mobilità, lavoro e tecnologia.L’iniziativa è stata promossa da LabSumo, con la partecipazione dell’associazione di fleet e mobility manager Best Mobility e di Bt Lounge.
Secondo i dati presentati nel corso dell’incontro, l’adozione dell’intelligenza artificiale nelle imprese italiane è in forte crescita: il 71% delle grandi aziende ha avviato almeno una sperimentazione di AI, mentre il 53% delle imprese di dimensioni maggiori ha acquistato licenze di strumenti di intelligenza artificiale generativa per la produttività personale. Nel suo intervento Raffaella Tavazza, vice Presidente ANIASA che ha evidenziato come: “L’adozione sempre più diffusa dell’AI sta indubbiamente ridefinendo i processi decisionali nelle aziende, ma porta con sé un rischio concreto: quello di incorporare e amplificare bias già presenti nei dati e nelle organizzazioni. Per questo è fondamentale sviluppare modelli trasparenti, basati su informazioni consapevoli, guidati da leadership che sappiano orientare la tecnologia verso equità e inclusione. In un settore come l’automotive, storicamente sbilanciato nella rappresentanza, questo tema è ancora più urgente. Negli ultimi anni abbiamo però visto segnali positivi: la presenza femminile nei ruoli apicali sta crescendo e la mia nomina come Vice Presidente ANIASA, prima donna nel Consiglio Generale, va proprio in questa direzione. È la prova che il cambiamento è possibile, a patto che continuiamo a governare l’innovazione con responsabilità e visione.”.

—motoriwebinfo@adnkronos.com (Web Info)

L'articolo Pink Mobility Day tratta il tema della “discriminazione artificiale” proviene da Zerouno TV.

Pink Mobility Day 2026: l'AI tra innovazione e rischio di "discriminazione artificiale"

Al Pink Mobility Day di Milano il focus è sui rischi di bias e discriminazioni nell'AI e sulla necessità di integrare equità e inclusione nei processi aziendali.

L'intelligenza artificiale è già parte della nostra quotidianità. Quasi il 70% degli italiani over 55 la utilizza per informarsi e approfondire, mentre il 50% dei laureati la usa per migliorare performance lavorative e di studio. Cresce in modo significativo anche l'impiego da parte delle aziende. Numeri che raccontano una trasformazione in atto, ma cosa accade quando algoritmi, dati e modelli decisionali incorporano, e amplificano, stereotipi e bias? Emerge la necessità per le imprese di integrare obiettivi di equità e inclusione nei processi decisionali, facendo della tecnologia un'occasione per mettere al centro le persone.
È attorno a questa domanda che si è sviluppata la quinta edizione del Pink Mobility Day, l'evento promosso a Milano da LabSumo, con la partecipazione dell'Associazione di fleet e mobility manager Best Mobility e di Bt Lounge, il Laboratorio di travel manager delle più importanti aziende nazionali e multinazionali attive in Italia, e il patrocinio di ANIASA, GBTA Italia, UNRAE e Valore D.

L'edizione 2026

L'edizione 2026 è stata dedicata al tema della "discriminazione artificiale": il rischio che l'adozione crescente dell'AI nei luoghi di lavoro possa replicare o accentuare disuguaglianze già esistenti. Tre talk hanno approfondito l'impatto dell'intelligenza artificiale sulla rappresentazione del lavoro, sui processi di selezione e sulle attività quotidiane in azienda, analizzando come nascono i bias e quali strumenti possono prevenirli prima che diventino prassi consolidata.
I lavori sono stati introdotti dall'intervento di Raffaella Tavazza, vice Presidente ANIASA che ha evidenziato come: "L'adozione sempre più diffusa dell'AI sta indubbiamente ridefinendo i processi decisionali nelle aziende, ma porta con sé un rischio concreto: quello di incorporare e amplificare bias già presenti nei dati e nelle organizzazioni. Per questo è fondamentale sviluppare modelli trasparenti, basati su informazioni consapevoli, guidati da leadership che sappiano orientare la tecnologia verso equità e inclusione. In un settore come l'automotive, storicamente sbilanciato nella rappresentanza, questo tema è ancora più urgente. Negli ultimi anni abbiamo però visto segnali positivi: la presenza femminile nei ruoli apicali sta crescendo e la mia nomina come Vice Presidente ANIASA, prima donna nel Consiglio Generale, va proprio in questa direzione. È la prova che il cambiamento è possibile, a patto che continuiamo a governare l'innovazione con responsabilità e visione".

Nataliia Roskladka, Ricercatrice Senior dell'Osservatorio Artificial Intelligence del Politecnico di Milano ha poi illustrato i principali risultati di un'analisi sulle adozioni dell'AI nelle grandi, medie e piccole imprese italiane, da cui è emerso un quadro dinamico, con una crescente maturità tecnologica: "L'intelligenza artificiale sta trasformando il modo di lavorare nelle imprese italiane. I dati mostrano un forte interesse verso l'AI generativa come leva di

innovazione e produttività, ma è importante guardare oltre le promesse di 'tempo risparmiato'. Secondo diversi studi, l'AI non necessariamente riduce il carico di lavoro: al contrario, tende a intensificarlo, spingendo i lavoratori a fare di più, in più ambiti e spesso per più tempo, senza ridurre davvero lo sforzo complessivo. Questo ci invita a riflettere non solo sulle tecnologie in sé, ma su come vengono integrate nei processi e nelle culture aziendali: l'obiettivo non dovrebbe essere solo aumentare la produttività, ma anche capire come gestire responsabilmente il lavoro che ne deriva, per evitare carichi insostenibili e promuovere un uso dell'AI che sia efficace e sostenibile".

I dati

Secondo i dati presentati dall'Osservatorio AI del Politecnico di Milano, il 71% delle grandi imprese in Italia ha avviato almeno una sperimentazione in AI. Per quanto riguarda invece l'adozione degli strumenti di genAI, il 53% delle grandi e grandissime aziende ha acquistato licenze di questi strumenti per la produttività personale, dato che posiziona il Bel Paese su percentuali di adozione superiori a Francia (42%), Germania (43%) e Regno Unito (45%).
Sull'impatto delle tecnologie e dell'AI sulla qualità della vita e sulla condizione lavorativa si è soffermato Ivano Montrone, Community Manager di Valore D: "I dati dell'Osservatorio D di Valore D sul benessere tecnologico ci dicono che l'84% degli italiani considera lo sviluppo tecnologico un fattore che semplifica la vita e migliora l'accesso a informazioni e servizi, con una percezione condivisa da tutte le generazioni. L'utilizzo dell'intelligenza artificiale è ormai trasversale: quasi il 70% degli over 55 la usa per informarsi e approfondire, mentre il 50% dei laureati la impiega per potenziare performance lavorative e di studio. Accanto alle opportunità, emergono però limiti legati a bias, stereotipi, etica e trasparenza. Per questo crediamo che l'AI non sia uno strumento neutro o "pronto all'uso", ma una leva di trasformazione culturale e di governance: per diventare davvero AI-driven, le imprese devono integrare obiettivi di equità e inclusione nei processi decisionali, facendo della tecnologia un'occasione per mettere al centro le persone".

Dal confronto tra manager, imprenditrici ed esperte è emerso un messaggio chiaro: l'AI sta entrando in profondità nei processi aziendali – dalla comunicazione alla selezione del personale, fino alle scelte organizzative – e non è neutra; impara dai dati e, se i dati riflettono squilibri, può riprodurli o amplificarli, con conseguenze concrete su valutazioni, opportunità e percorsi di carriera.
La sfida, oggi, non è solo adottare nuove tecnologie, ma governarle con responsabilità. Perché l'innovazione sia davvero progresso, deve essere inclusiva.

Pink Mobility Day tratta il tema della “discriminazione artificiale”

L’intelligenza artificiale entra sempre più nei processi decisionali delle imprese e nel mondo del lavoro, ma porta con sé anche il rischio di replicare o amplificare stereotipi e pregiudizi già presenti nei dati. È il tema al centro della quinta edizione del Pink Mobility Day, l’evento dedicato al rapporto tra mobilità, lavoro e tecnologia.L’iniziativa è stata promossa da LabSumo, con la partecipazione dell’associazione di fleet e mobility manager Best Mobility e di Bt Lounge.

Secondo i dati presentati nel corso dell’incontro, l’adozione dell’intelligenza artificiale nelle imprese italiane è in forte crescita: il 71% delle grandi aziende ha avviato almeno una sperimentazione di AI, mentre il 53% delle imprese di dimensioni maggiori ha acquistato licenze di strumenti di intelligenza artificiale generativa per la produttività personale.

Nel suo intervento Raffaella Tavazza, vice Presidente ANIASA che ha evidenziato come: “L’adozione sempre più diffusa dell’AI sta indubbiamente ridefinendo i processi decisionali nelle aziende, ma porta con sé un rischio concreto: quello di incorporare e amplificare bias già presenti nei dati e nelle organizzazioni. Per questo è fondamentale sviluppare modelli trasparenti, basati su informazioni consapevoli, guidati da leadership che sappiano orientare la tecnologia verso equità e inclusione. In un settore come l’automotive, storicamente sbilanciato nella rappresentanza, questo tema è ancora più urgente. Negli ultimi anni abbiamo però visto segnali positivi: la presenza femminile nei ruoli apicali sta crescendo e la mia nomina come Vice Presidente ANIASA, prima donna nel Consiglio Generale, va proprio in questa direzione. È la prova che il cambiamento è possibile, a patto che continuiamo a governare l’innovazione con responsabilità e visione.”.

Pink Mobility Day tratta il tema della “discriminazione artificiale”

(Adnkronos) – L’intelligenza artificiale entra sempre più nei processi decisionali delle imprese e nel mondo del lavoro, ma porta con sé anche il rischio di replicare o amplificare stereotipi e pregiudizi già presenti nei dati. È il tema al centro della quinta edizione del Pink Mobility Day, l’evento dedicato al rapporto tra mobilità, lavoro e tecnologia.L’iniziativa è stata promossa da LabSumo, con la partecipazione dell’associazione di fleet e mobility manager Best Mobility e di Bt Lounge.
Secondo i dati presentati nel corso dell’incontro, l’adozione dell’intelligenza artificiale nelle imprese italiane è in forte crescita: il 71% delle grandi aziende ha avviato almeno una sperimentazione di AI, mentre il 53% delle imprese di dimensioni maggiori ha acquistato licenze di strumenti di intelligenza artificiale generativa per la produttività personale. Nel suo intervento Raffaella Tavazza, vice Presidente ANIASA che ha evidenziato come: “L’adozione sempre più diffusa dell’AI sta indubbiamente ridefinendo i processi decisionali nelle aziende, ma porta con sé un rischio concreto: quello di incorporare e amplificare bias già presenti nei dati e nelle organizzazioni. Per questo è fondamentale sviluppare modelli trasparenti, basati su informazioni consapevoli, guidati da leadership che sappiano orientare la tecnologia verso equità e inclusione. In un settore come l’automotive, storicamente sbilanciato nella rappresentanza, questo tema è ancora più urgente. Negli ultimi anni abbiamo però visto segnali positivi: la presenza femminile nei ruoli apicali sta crescendo e la mia nomina come Vice Presidente ANIASA, prima donna nel Consiglio Generale, va proprio in questa direzione. È la prova che il cambiamento è possibile, a patto che continuiamo a governare l’innovazione con responsabilità e visione.”.

—motoriwebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Pink Mobility Day 2026: AI e discriminazione artificiale nei processi aziendali

Algoritmi, dati e modelli decisionali possono migliorare la vita lavorativa, ma nascondono anche rischi di bias e stereotipi. È attorno a questa sfida che si è svolta la quinta edizione del **Pink Mobility Day**, l'evento promosso da LabSumo con la partecipazione di Best Mobility e BT Lounge, sotto il patrocinio di ANIASA, GBTA Italia, UNRAE e Valore D. L'edizione 2026 ha puntato i riflettori sulla cosiddetta "discriminazione artificiale": il rischio che l'uso crescente dell'intelligenza artificiale nei luoghi di lavoro possa replicare o amplificare disuguaglianze già esistenti.

L'AI influenza trasversalmente settori diversi, dall'automotive al trasporto pubblico, come conferma **Raffaella Tavazza**, Vice Presidente ANIASA: "*L'adozione dell'AI ridefinisce i processi decisionali, ma porta il rischio di amplificare bias già presenti. È fondamentale sviluppare modelli trasparenti, guidati da leadership che sappiano orientare la tecnologia verso equità e inclusione*".

Secondo i dati presentati dal Politecnico di Milano, il 71% delle grandi imprese italiane ha avviato almeno una sperimentazione in AI, mentre il 53% delle grandi aziende ha adottato strumenti di AI generativa per migliorare la produttività personale. Numeri che mostrano un panorama in rapida evoluzione, ma che richiedono attenzione su equità, privacy e gestione dei dati.

"L'intelligenza artificiale non è uno strumento neutro o pronto all'uso – ha spiegato **Ivano Montrone**, Community Manager di Valore D –. Le imprese devono integrare obiettivi di equità e inclusione nei processi decisionali, facendo della tecnologia un'occasione per mettere al centro le persone."

AI come collega: il punto di vista dei Travel Manager

Il momento più atteso dell'evento è stato il talk condotto da **Elena Carlino**, Travel Director di Gardinoli Centrale, e **Roberta Billè**, con focus sull'applicazione concreta dell'AI nel mondo del travel management aziendale. Il dialogo ha evidenziato come l'intelligenza artificiale stia diventando un vero "*collega virtuale*", capace di supportare le decisioni operative e personalizzare l'esperienza del viaggiatore.

Secondo Carlino:

"Oggi quasi portiamo dalle job title ben precise: **oltre ad essere dei colleghi AI, sono veramente una funzione fondamentale.** Specialmente in ambiti operativi, l'AI ci aiuta a capire dove sono tutti i passeggeri, proporre soluzioni alternative e riproteggerli in tempo reale, rispettando privacy e policy aziendali".

Roberta Billè ha quindi sottolineato l'importanza della formazione dell'AI per evitare bias: "*La fase di training deve essere il più normale possibile,* ***nutrire l'intelligenza artificiale con informazioni corrette****, politiche aziendali, esigenze dei viaggiatori, ma senza trasmettere pregiudizi inconsapevoli. Solo così possiamo garantire un supporto efficace e inclusivo.*"

Billè ha aggiunto che l'AI non sostituisce il travel manager, ma lavora a quattro mani con lui. Permette di rispondere rapidamente a domande ripetitive, suggerire itinerari, raccogliere dati in tempo reale, e integrare informazioni da più sistemi – GDS, CRM, MDC – accelerando le attività quotidiane.

L'impatto sociale e operativo dell'AI

Il talk ha anche evidenziato come l'intelligenza artificiale possa incidere su sicurezza e qualità della vita, estendendo il suo ruolo al di là dell'efficienza aziendale. "*La mobilità non è solo spostamento* – ha spiegato Carlino –. *Pensiamo ai percorsi urbani delle donne, ai collegamenti suburbani, alla sicurezza nelle ore serali: l'uso intelligente dei dati e degli strumenti digitali può migliorare l'esperienza di tutti i cittadini, non solo dei viaggiatori business.*"

In un esempio concreto, Carlino ha raccontato come **l'AI abbia permesso di gestire in modo rapido situazioni complesse** con i passeggeri, simulando scenari e proponendo soluzioni immediate, senza compromettere la privacy o le policy aziendali.

Verso un'AI inclusiva e responsabile

Dall'incontro è emerso un messaggio chiaro: l'AI non è più solo un fattore abilitante, ma un **attore centrale dei processi aziendali.** Perché sia uno strumento positivo, è necessario governarla con responsabilità, regolamentazione e sensibilità culturale. Come ha sintetizzato Carlino: "*Gli strumenti sono straordinari, ma l'intelligenza sta in chi li usa. Bisogna vigilare e guidare la tecnologia verso equità, inclusione e rispetto delle persone.*"

Il **Pink Mobility Day 2026** ha quindi confermato l'urgenza di integrare l'AI in azienda non solo per aumentare produttività, ma anche per garantire processi più giusti e inclusivi, aprendo la strada a un futuro in cui tecnologia e responsabilità sociale camminano insieme.

L'evento si è svolto **con il supporto di Atflow, Athlon, Car Clinic, Fratelli Giacomel, Gattinoni Business Travel, LKQ Rhiag, Stellantis Fleet & Business Solutions, Wayla e WPlanet.**

Leggi qui per conoscere i temi dell'edizione 2025: I viaggi d'affari sono inclusivi? Ne abbiamo parlato al Pink Motor Day 2025

CONTINUA A LEGGERE SU BUSINESSMOBILITY.TRAVEL

Per non perderti davvero nulla seguici anche su LinkedIn, Instagram e TikTok

Pink Mobility Day 2026: oltre ogni stereotipo, anche quelli dell'Intelligenza Artificiale

Da cinque anni Il Pink Mobility Day racconta come avvicinarsi a una reale parità di genere, in un settore ancora a larga parta maschile. Il tema scelto per il 2026 si è rivelato di estrema attualità: l'intelligenza artificiale.

Quest'anno, il **Pink Mobility Day** ha affrontato un tema di stretta attualità: l'**Intelligenza Artificiale.** Un argomento che a prima vista potrebbe sembrare distante dalle tematiche consuete dell'evento – la **partecipazione delle donne al mondo dell'automotive e della mobilità** – ma non è così, perché **l'AI non è neutra.**

L'Intelligenza Artificiale generativa impara dai dati e, se i dati contengono **squilibri e bias** (legati al genere, ma non solo), rischia di **replicarli e amplificarli**, con conseguenze concrete su comunicazione, opportunità, carriere, selezione del personale, scelte organizzative.

L'evento si è svolto a Milano, giovedì 5 marzo al Talent Garden Calabiana, con il **patrocinio del Comune di Milano, ANIASA, GBTA Italia, UNRAE, Valore D** e **con il supporto di Car Clinic, Athlon, Fratelli Giacomel, Gattinoni, LKQ Rhiag, Stellantis Fleet & Business Solutions, Wayla, WPlanet** e **Xpeng.**

L'importanza di esserci: Aniasa

Aniasa – associazione che rappresenta in Confidustria autonoleggio, sharing mobility e digital automotive – è sempre stata presente "dietro le quinte" anche nelle scorse edizioni del Pink Mobility Day. Per la prima volta, però, è stato possibile avere sul palco una vice presidente

donna: **Raffaella Tavazza**.

Con un'esperienza ventennale nel noleggio (ora è Ceo del Gruppo Locauto), Tavazza ha ricordato quanto **è importante che le donne siano presenti non solo ai vertici delle aziende, ma anche nelle associazioni di settore**.

Leggi Anche: Aniasa: due donne entrano per la prima volta nel Consiglio Generale

La vice presidente Aniasa ha evidenziato come:

"*L'adozione sempre più diffusa dell'AI sta indubbiamente ridefinendo i processi decisionali nelle aziende, ma porta con sé un rischio concreto: quello di incorporare e amplificare bias già presenti nei dati e nelle organizzazioni. Per questo è fondamentale sviluppare modelli trasparenti, basati su informazioni consapevoli, guidati da leadership che sappiano orientare la tecnologia verso equità e inclusione. In un settore come l'automotive, storicamente sbilanciato nella rappresentanza, questo tema è ancora più urgente. Negli ultimi anni abbiamo però visto segnali positivi: la presenza femminile nei ruoli apicali sta crescendo e la mia nomina come Vice Presidente ANIASA, prima donna nel Consiglio Generale, va proprio in questa direzione*".

Intelligenza Artificiale, la parola alle esperte

Nataliia Roskladka, Ricercatrice Senior dell'Osservatorio Artificial Intelligence del **Politecnico di Milano** ha raccontato l'evoluzione dell'AI, dal machine learning all'Agentic AI, condividendo una definizione di Intelligenza Artificiale:

"L'Intelligenza Artificiale è il ramo della computer science che studia lo sviluppo di sistemi hardware e software dotati di capacità tipiche dell'essere umano ed in grado di **perseguire autonomamente una finalità definita prendendo delle decisioni** che, fino a quel momento, erano solitamente affidate agli esseri umani"

Si tratta di strumenti che non lavorano più "per noi", ma lavorano "insieme a noi". Secondo i dati presentati dall'Osservatorio AI del Politecnico di Milano, **il 71% delle grandi imprese in Italia ha avviato almeno una sperimentazione in AI. Per quanto riguarda invece l'adozione degli strumenti di genAI, il 53% delle grandi e grandissime aziende ha acquistato licenze di questi strumenti** per la produttività personale, dato che posiziona il Bel Paese su percentuali di adozione superiori a Francia (42%), Germania (43%) e Regno Unito (45%).

Laura Venturini e Nataliia Roskladka

Laura Venturini, Search Strategy & Digital Reputation Director di BIP Red ha affrontato il tema **"Bias algoritmico e diversità nell'AI – Come nascono i pregiudizi nei modelli di intelligenza artificiale e perché"**:

"Un bias algoritmico non è un difetto di programmazione. È il riflesso di un mondo imperfetto che viene codificato in modelli matematici. Dati che riflettono secoli di disuguaglianze storiche, razziali, di genere e socioeconomiche producono modelli distorti, che generano nuovi dati, altrettanto distorti. **I modelli non apprendono ciò che è «giusto». Apprendono ciò che è frequente**. La differenza è enorme. Un algoritmo non distingue tra correlazione statistica e verità morale. Se un pattern si ripete abbastanza, diventa la risposta «corretta»".

Trovare il proprio posto nel mondo

L'Intelligenza Artificiale non è solo questione di come le donne vengono rappresentate, ma **entra concretamente nel recruiting e nella formazione**.

Proprio di formazione ha parlato **Chiara Petrini**, Expert Sales Account – Division Fintech – ICT – Logistic – Customer Care di Tack TMI che ha denunciato: *"L'AI è un cambiamento in atto e le donne non lo adottano"*.

La normativa EU sull'AI (AI Act) introduce concetti come: la valutazione di impatto sui diritti fondamentali, l'obbligo di mitigare i bias nei sistemi ad alto rischio, la trasparenza sugli algoritmi: *"Le aziende dovranno formare le persone di diverse funzioni: HR, compliance, vendite, ICT. **Un corso AI – DEI oggi è preparazione strategica, non teoria**"*.

Nel settore **Mobility**, l'AI non è solo un acceleratore di efficienza: è ciò che può trasformare **modelli di business**, **esperienze del cliente** e **competenze interne**, in un settore che vive tre transizioni contemporanee: **digitale**, **elettrica** e **sostenibile**.

ANCHE IN CARROZZERIA…

Simone Brown, HR & Organization Director di Car Clinic, ha spiegato: *"L'Intelligenza Artificiale ci aiuta a rendere attrattiva la professione del carrozziere per le donne. Abbiamo creato la Pink academy perché ci siamo accorti che stavamo dialogando solo con il 49% della popolazione. Abbiamo avuto risposte molto positive da parte di ragazze appassionate di motori e in cerca di una riqualificazione professionale"*.

A questo proposito **Anastasia Nardoni**, carrozziere CarClinic ha raccontato la sua esperienza alla Pink Academy, dove ha trovato la sua strada professionale.

… E NELL'AFTERMARKET

Viviana Mozzi, European HR Business Partner LKQ Europe e **Cristina Marchesi**, HR Business Partner LKQ RHIAG hanno parlato di come l'**intelligenza artificiale è entrata nel mondo HR**. "La formazione dell'Hiring Manager deve essere orientata all'inclusività nel processo di recruiting, dallo screening del CV al colloquio".

Leggi Anche: LKQ RHIAG ottiene la certificazione per la parità di genere

Il mondo aftermarket è ancora molto a prevalenza maschile, ma LKQ RHIAG ha ottenuto la certificazione per la parità di genere. Fra le aree di intervento ci sono proprio l'accesso a **formazione** e **sviluppo professionale** nonché politiche che favoriscano l'**inclusività nei processi di selezione, nelle assunzioni, nelle promozioni**.

AI: un(a) collega di lavoro

Ivano Montrone, Community Manager Valore D, ha raccontato come l'AI possa essere un driver di equità e inclusione attraverso una progettazione Data driven anche DEI con supervisione umana.

Roberta Billè, Presidente GBTA Italia ed **Elena Carlino**, Corporate Travel Director di Gattinoni Business Travel, hanno raccontato di come utilizzano concretamente l'Intelligenza Artificiale nel loro lavoro, anche nella gestione delle emergenze, come il blocco delle tratte aree dovuto alla guerra Usa e Israele contro l'Iran.

Alessandro Villa, Chief Operating Officer Wayla, ha raccontato di come l'algoritmo dedicato e l'AI per l'allocazione delle corse in tempo reale e il riposizionamento dinamico dei mezzi sia fondamentale per garantire il servizio di van sharing Wayla,

Leggi Anche: Wayla, il van pooling di Milano: un minibus per condividere viaggi in sicurezza

La startup è una sorta di noleggio minibus con conducente: i mezzi non hanno linee o orari prestabiliti, ma percorsi dinamici in base alle richieste ricevute. *"Un servizio rivolto a tutti, ma particolarmente apprezzato dalle **donne**, che sono il **75% dei nostri utenti**"*.

Le conclusioni con Arianna Censi, Assessora alla mobilità di Milano

I lavori della giornata sono stati conclusi da **Arianna Censi**, Assessora alla mobilità Comune di Milano, che si è riagganciata al tema delle **gender mobility** spiegando come le donne usino meno la macchina e più i mezzi pubblici, in numero minore scelgono i mezzi in sharing e fanno tragitti più lunghi a piedi.

L'Assessora ha dichiarato **superata la prova della mobilità milanese durante le Olimpiadi di Milano-Cortina:** *"Se una cosa funziona, la usi"*, sottolineando come il punto su cui intervenire siano i collegamenti al di là degli spazi cittadini, dove i trasporti non sono sempre efficienti.

Leggi Anche: Olimpiadi, gli atleti si spostano in metro

L'Assessora si è detta fan dell'Intelligenza Artificiale, perché **sono i numeri e i dati che aiutano a programmare con efficienza la rete di trasporto pubblico**, che deve essere inclusivo e coprire le esigenze di mobilità di tutti.

***

CONTINUA A LEGGERE SU FLEETMAGAZINE.COM

Per rimanere sempre aggiornato seguici sul canale **Telegram** ufficiale e **Google News**.
Iscriviti alla nostra **Newsletter** per non perderti le ultime novità di **Fleet Magazine**.

Automotive, lavoro e AI: il rischio della “discriminazione artificiale” tra stereotipi e pregiudiziAutomotive, lavoro e AI: il rischio della “discriminazione artificiale” tra stereotipi e pregiudizi

Automotive, lavoro e AI: il rischio della “discriminazione artificiale” tra stereotipi e pregiudizi

L’intelligenza artificiale è già parte della nostra quotidianità. Quasi il 70% degli italiani over 55 la utilizza per informarsi e approfondire, mentre il 50% dei laureati la usa per migliorare performance lavorative e di studio. Cresce in modo significativo anche l’impiego da parte delle aziende. Numeri che raccontano una trasformazione in atto, ma cosa accade quando algoritmi, dati e modelli decisionali incorporano, e amplificano, stereotipi e bias? Emerge la necessità per le imprese di integrare obiettivi di equità e inclusione nei processi decisionali, facendo della tecnologia un’occasione per mettere al centro le persone.

Sono questi i principali dati e spunti emersi nel corso della quinta edizione del **Pink Mobility Day**, l’evento promosso a Milano da **LabSumo**, con la partecipazione dell’Associazione di fleet e mobility manager **Best Mobility** e di **Bt Lounge**, il Laboratorio di travel manager delle più importanti aziende nazionali e multinazionali attive in Italia, e il **patrocinio di ANIASA, GBTA Italia, UNRAE** e **Valore D**.

L’edizione 2026 è stata dedicata al tema della “**discriminazione artificiale**”: il rischio che l’adozione crescente dell’AI nei luoghi di lavoro possa replicare o accentuare disuguaglianze già esistenti. Tre talk hanno approfondito l’impatto dell’intelligenza artificiale sulla rappresentazione del lavoro, sui processi di selezione e sulle attività quotidiane in azienda, analizzando come nascono i bias e quali strumenti possono prevenirli prima che diventino prassi consolidata.

I lavori sono stati introdotti dall’intervento di **Raffaella Tavazza**, vice Presidente ANIASA che ha evidenziato come: “*L’adozione sempre più diffusa dell’AI sta indubbiamente ridefinendo i processi decisionali nelle aziende, ma porta con sé un rischio concreto: quello di incorporare e amplificare bias già presenti nei dati e nelle organizzazioni. Per questo è fondamentale sviluppare modelli trasparenti, basati su informazioni consapevoli, guidati da leadership che sappiano orientare la tecnologia verso equità e inclusione. In un settore come l’automotive, storicamente sbilanciato nella rappresentanza, questo tema è ancora più urgente. Negli ultimi anni abbiamo però visto segnali positivi: la presenza femminile nei ruoli apicali sta crescendo e la mia nomina come Vice Presidente ANIASA, prima donna nel Consiglio Generale, va proprio in questa direzione. È la prova che il cambiamento è possibile, a patto che continuiamo a governare l’innovazione con responsabilità e visione.*”.

Nataliia Roskladka, Ricercatrice Senior dell'Osservatorio Artificial Intelligence del Politecnico di Milano ha poi illustrato i principali risultati di un'analisi sulle adozioni dell'AI nelle grandi, medie e piccole imprese italiane, da cui è emerso un quadro dinamico, con una crescente maturità tecnologica: "*L'intelligenza artificiale sta trasformando il modo di lavorare nelle imprese italiane. I dati mostrano un forte interesse verso l'AI generativa come leva di innovazione e produttività, ma è importante guardare oltre le promesse di 'tempo risparmiato'. Secondo diversi studi, l'AI non necessariamente riduce il carico di lavoro: al contrario, tende a intensificarlo, spingendo i lavoratori a fare di più, in più ambiti e spesso per più tempo, senza ridurre davvero lo sforzo complessivo. Questo ci invita a riflettere non solo sulle tecnologie in sé, ma su come vengono integrate nei processi e nelle culture aziendali: l'obiettivo non dovrebbe essere solo aumentare la produttività, ma anche capire come gestire responsabilmente il lavoro che ne deriva, per evitare carichi insostenibili e promuovere un uso dell'AI che sia efficace e sostenibile.*"

Secondo i dati presentati dall'Osservatorio AI del Politecnico di Milano, **il 71% delle grandi imprese in Italia ha avviato almeno una sperimentazione in AI. Per quanto riguarda invece l'adozione degli strumenti di genAI, il 53% delle grandi e grandissime aziende ha acquistato licenze di questi strumenti** per la produttività personale, dato che posiziona il Bel Paese su percentuali di adozione superiori a Francia (42%), Germania (43%) e Regno Unito (45%).

Sull'impatto delle tecnologie e dell'AI sulla qualità della vita e sulla condizione lavorativa si è soffermato **Ivano Montrone**, Community Manager di Valore D: "*I dati dell'Osservatorio D di Valore D sul benessere tecnologico ci dicono che l'84% degli italiani considera lo sviluppo tecnologico un fattore che semplifica la vita e migliora l'accesso a informazioni e servizi, con una percezione condivisa da tutte le generazioni. L'utilizzo dell'intelligenza artificiale è ormai trasversale: quasi il 70% degli over 55 la usa per informarsi e approfondire, mentre il 50% dei laureati la impiega per potenziare performance lavorative e di studio. Accanto alle opportunità, emergono però limiti legati a bias, stereotipi, etica e trasparenza. Per questo crediamo che l'AI non sia uno strumento neutro o "pronto all'uso", ma una leva di trasformazione culturale e di governance: per diventare davvero AI-driven, le imprese devono integrare obiettivi di equità e inclusione nei processi decisionali, facendo della tecnologia un'occasione per mettere al centro le persone*".

Dal confronto tra manager, imprenditrici ed esperte è emerso un messaggio chiaro: l'AI sta entrando in profondità nei processi aziendali – dalla comunicazione alla selezione del personale, fino alle scelte organizzative – e non è neutra; impara dai dati e, se i dati riflettono squilibri, può riprodurli o amplificarli, con conseguenze concrete su valutazioni, opportunità e percorsi di carriera.La sfida, oggi, non è solo adottare nuove tecnologie, ma governarle con responsabilità. Perché l'innovazione sia davvero progresso, deve essere inclusiva.

L'evento si è svolto **con il supporto di Atflow, Athlon, Car Clinic, Fratelli Giacomel, Gattinoni Business Travel, LKQ Rhiag, Stellantis Fleet & Business Solutions, Wayla e WPlanet.**

Automotive, lavoro e AI: il rischio della "discriminazione artificiale" tra stereotipi e pregiudizi

Al Pink Mobility Day 2026 il confronto tra imprese, esperti e manager sui rischi dei bias negli algoritmi e sulla necessità di un'AI più equa e inclusiva nei luoghi di lavoro

L'intelligenza artificiale è già parte della nostra quotidianità. Quasi il 70% degli italiani over 55 la utilizza per informarsi e approfondire, mentre il 50% dei laureati la usa per migliorare performance lavorative e di studio. Cresce in modo significativo anche l'impiego da parte delle aziende. Numeri che raccontano una trasformazione in atto, ma cosa accade quando algoritmi, dati e modelli decisionali incorporano, e amplificano, stereotipi e bias? Emerge la necessità per le imprese di integrare obiettivi di equità e inclusione nei processi decisionali, facendo della tecnologia un'occasione per mettere al centro le persone.

Sono questi i principali dati e spunti emersi nel corso della quinta edizione del **Pink Mobility Day**, l'evento promosso a Milano da **LabSumo**, con la partecipazione dell'Associazione di fleet e mobility manager **Best Mobility** e di **Bt Lounge**, il Laboratorio di travel manager delle più importanti aziende nazionali e multinazionali attive in Italia, e il **patrocinio di ANIASA, GBTA Italia, UNRAE** e **Valore D**.

L'edizione 2026 è stata dedicata al tema della "**discriminazione artificiale**": il rischio che l'adozione crescente dell'AI nei luoghi di lavoro possa replicare o accentuare disuguaglianze già esistenti. Tre talk hanno approfondito l'impatto dell'intelligenza artificiale sulla rappresentazione del lavoro, sui processi di selezione e sulle attività quotidiane in azienda, analizzando come nascono i bias e quali strumenti possono prevenirli prima che diventino prassi consolidata.

I lavori sono stati introdotti dall'intervento di **Raffaella Tavazza**, vice Presidente ANIASA che ha evidenziato come: "*L'adozione sempre più diffusa dell'AI sta indubbiamente ridefinendo i processi decisionali nelle aziende, ma porta con sé un rischio concreto: quello di incorporare e*

amplificare bias già presenti nei dati e nelle organizzazioni. Per questo è fondamentale sviluppare modelli trasparenti, basati su informazioni consapevoli, guidati da leadership che sappiano orientare la tecnologia verso equità e inclusione. In un settore come l'automotive, storicamente sbilanciato nella rappresentanza, questo tema è ancora più urgente. Negli ultimi anni abbiamo però visto segnali positivi: la presenza femminile nei ruoli apicali sta crescendo e la mia nomina come Vice Presidente ANIASA, prima donna nel Consiglio Generale, va proprio in questa direzione. È la prova che il cambiamento è possibile, a patto che continuiamo a governare l'innovazione con responsabilità e visione".

Nataliia Roskladka, Ricercatrice Senior dell'Osservatorio Artificial Intelligence del Politecnico di Milano ha poi illustrato i principali risultati di un'analisi sulle adozioni dell'AI nelle grandi, medie e piccole imprese italiane, da cui è emerso un quadro dinamico, con una crescente maturità tecnologica: "*L'intelligenza artificiale sta trasformando il modo di lavorare nelle imprese italiane. I dati mostrano un forte interesse verso l'AI generativa come leva di innovazione e produttività, ma è importante guardare oltre le promesse di 'tempo risparmiato'. Secondo diversi studi, l'AI non necessariamente riduce il carico di lavoro: al contrario, tende a intensificarlo, spingendo i lavoratori a fare di più, in più ambiti e spesso per più tempo, senza ridurre davvero lo sforzo complessivo. Questo ci invita a riflettere non solo sulle tecnologie in sé, ma su come vengono integrate nei processi e nelle culture aziendali: l'obiettivo non dovrebbe essere solo aumentare la produttività, ma anche capire come gestire responsabilmente il lavoro che ne deriva, per evitare carichi insostenibili e promuovere un uso dell'AI che sia efficace e sostenibile*".

Secondo i dati presentati dall'Osservatorio AI del Politecnico di Milano, **il 71% delle grandi imprese in Italia ha avviato almeno una sperimentazione in AI. Per quanto riguarda invece l'adozione degli strumenti di genAI, il 53% delle grandi e grandissime aziende ha acquistato licenze di questi strumenti** per la produttività personale, dato che posiziona il Bel Paese su percentuali di adozione superiori a Francia (42%), Germania (43%) e Regno Unito (45%).

Sull'impatto delle tecnologie e dell'AI sulla qualità della vita e sulla condizione lavorativa si è soffermato **Ivano Montrone**, Community Manager di Valore D: "*I dati dell'Osservatorio D di Valore D sul benessere tecnologico ci dicono che l'84% degli italiani considera lo sviluppo tecnologico un fattore che semplifica la vita e migliora l'accesso a informazioni e servizi, con una percezione condivisa da tutte le generazioni. L'utilizzo dell'intelligenza artificiale è ormai trasversale: quasi il 70% degli over 55 la usa per informarsi e approfondire, mentre il 50% dei laureati la impiega per potenziare performance lavorative e di studio. Accanto alle opportunità, emergono però limiti legati a bias, stereotipi, etica e trasparenza. Per questo crediamo che l'AI non sia uno strumento neutro o "pronto all'uso", ma una leva di trasformazione culturale e di governance: per diventare davvero AI-driven, le imprese devono integrare obiettivi di equità e inclusione nei processi decisionali, facendo della tecnologia un'occasione per mettere al centro le persone*".

Dal confronto tra manager, imprenditrici ed esperte è emerso un messaggio chiaro: l'AI sta entrando in profondità nei processi aziendali – dalla comunicazione alla selezione del personale, fino alle scelte organizzative – e non è neutra; impara dai dati e, se i dati riflettono squilibri, può riprodurli o amplificarli, con conseguenze concrete su valutazioni, opportunità e percorsi di carriera.

La sfida, oggi, non è solo adottare nuove tecnologie, ma governarle con responsabilità. Perché l'innovazione sia davvero progresso, deve essere inclusiva.

L'evento si è svolto **con il supporto di Atflow, Athlon, Car Clinic, Fratelli Giacomel, Gattinoni Business Travel, LKQ Rhiag, Stellantis Fleet & Business Solutions, Wayla e WPlanet.**

Il mondo dell'intermediazione assicurativa in primo pianoNOLEGGIO VEICOLI A LUNGO TERMINE NEL 2025: L'ANALISI PER OPERATORE

In ambito vetture, i primi quattro player hanno in mano oltre il 77% del mercato.

Chi ha conquistato, nel 2025, la prima posizione tra i noleggiatori di veicoli che operano nel lungo termine? Aniasa (l'Associazione che in Confindustria rappresenta il settore della mobilità pay-per-use) e la società Dataforce ha fornito un'analisi, dalla quale è emerso che, in questa speciale graduatoria riferita alle **vetture**, ha prevalso, o meglio, si è confermata Arval, con una quota di mercato del 20,82%, di circa 3 punti inferiore rispetto al 2024.

Noleggio Lungo Termine escluso Rent to Rent			Market Share Anno 2025	Diff. % MS Anno 2025/2024
Vetture	1	Arval	20,82%	-3,14%
	2	Leasys	20,59%	7,26%
	3	Ayvens	19,22%	-2,41%
	4	Volkswagen Leasing	16,42%	0,42%
	5	Alphabet	4,67%	0,38%
Veicoli Commerciali Leggeri	1	Leasys	35,69%	14,99%
	2	Arval	17,35%	-4,67%
	3	Ayvens	15,18%	-4,10%
	4	Noleggio Altri Operatori di lungo termine	6,22%	1,64%
	5	Volkswagen Leasing	5,91%	2,07%

Elaborazione Dataforce su fonte Ministero delle infrastrutture e dei trasporti del 02.01.2026

DATAFORCE

In termini di volumi, nei 12 mesi Arval ha targato quasi 66.000 auto contro le poco più di 65.000 di Leasys (che ha conquistato una market share del 20,59%, oltre 7 punti in più dell'anno precedente). Al terzo posto Ayvens, con circa 61.000 immatricolazioni e una quota del 19,22% (poco più di 2 punti in meno). Quarta piazza per Volkswagen Leasing, che ha aumentato il proprio volume di nuove targhe (+11,5%) sfiorando le 52.000 unità, con una quota di mercato del 16,4% (quasi mezzo punto in più). Questi quattro player complessivamente hanno conquistato più del 77% del mercato.

A seguire Alphabet, Kinto Italia (la captive di Toyota-Lexus), Stellantis Renting, ES Mobility (la società dell'alleanza Renault-Nissan) e Athlon.

In ambito **veicoli commerciali leggeri**, è stata Leasys a conquistare il primato, con un aumento

delle immatricolazioni (+69,7%) e una quota di mercato del 35,7% (15 punti in più sul 2024). Alle sue spalle Arval, Ayvens, l'insieme dei piccoli operatori di Nlt e Volkswagen Leasing. *(fs)*

© *RIPRODUZIONE RISERVATA*

Pink Mobility Day tratta il tema della “discriminazione artificiale”

L’intelligenza artificiale entra sempre più nei processi decisionali delle imprese e nel mondo del lavoro, ma porta con sé anche il rischio di replicare o amplificare stereotipi e pregiudizi già presenti nei dati. È il tema al centro della quinta edizione del **Pink Mobility Day,** l’evento dedicato al rapporto tra mobilità, lavoro e tecnologia.L’iniziativa è stata promossa da **LabSumo**, con la partecipazione dell’associazione di **fleet e mobility manager Best Mobility** e di **Bt Lounge.**

Secondo i dati presentati nel corso dell’incontro, l’adozione dell’intelligenza artificiale nelle imprese italiane è in forte crescita: il 71% delle grandi aziende ha avviato almeno una sperimentazione di AI, mentre il 53% delle imprese di dimensioni maggiori ha acquistato licenze di strumenti di intelligenza artificiale generativa per la produttività personale.

Nel suo intervento **Raffaella Tavazza, vice Presidente ANIASA** che ha evidenziato come: “L’adozione sempre più diffusa dell’AI sta indubbiamente ridefinendo i processi decisionali nelle aziende, ma porta con sé un rischio concreto: quello di incorporare e amplificare bias già

presenti nei dati e nelle organizzazioni. Per questo è fondamentale sviluppare modelli trasparenti, basati su informazioni consapevoli, guidati da leadership che sappiano orientare la tecnologia verso equità e inclusione. In un settore come l'automotive, storicamente sbilanciato nella rappresentanza, questo tema è ancora più urgente. Negli ultimi anni abbiamo però visto segnali positivi: la presenza femminile nei ruoli apicali sta crescendo e la mia nomina come Vice Presidente ANIASA, prima donna nel Consiglio Generale, va proprio in questa direzione. È la prova che il cambiamento è possibile, a patto che continuiamo a governare l'innovazione con responsabilità e visione.".

Automotive, lavoro e AI: il rischio della “discriminazione artificiale” tra stereotipi e pregiudizi

(AGENPARL) – Fri 06 March 2026 Al Pink Mobility Day manager del mondo della mobilità, imprenditrici ed
esperte a confronto sulla “discriminazione artificiale”:
algoritmi, stereotipi e bias che possono influenzare scelte e
rappresentazioni nel mondo del lavoro.
Automotive, lavoro e AI: il rischio della “discriminazione artificiale” tra
stereotipi e pregiudizi
Milano, 6 marzo 2026 – L’intelligenza artificiale è già parte della nostra
quotidianità. Quasi il 70% degli italiani over 55 la utilizza per informarsi
e approfondire, mentre il 50% dei laureati la usa per migliorare performance
lavorative e di studio. Cresce in modo significativo anche l’impiego da
parte delle aziende. Numeri che raccontano una trasformazione in atto, ma
cosa accade quando algoritmi, dati e modelli decisionali incorporano, e
amplificano, stereotipi e bias? Emerge la necessità per le imprese di
integrare obiettivi di equità e inclusione nei processi decisionali, facendo
della tecnologia un’occasione per mettere al centro le persone.
Sono questi i principali dati e spunti emersi nel corso della quinta
edizione del Pink Mobility Day, l’evento promosso a Milano da LabSumo, con

la partecipazione dell'Associazione di fleet e mobility manager Best Mobility e di Bt Lounge, il Laboratorio di travel manager delle più importanti aziende nazionali e multinazionali attive in Italia, e il patrocinio di ANIASA, GBTA Italia, UNRAE e Valore D.
L'edizione 2026 è stata dedicata al tema della "discriminazione artificiale": il rischio che l'adozione crescente dell'AI nei luoghi di lavoro possa replicare o accentuare disuguaglianze già esistenti. Tre talk hanno approfondito l'impatto dell'intelligenza artificiale sulla rappresentazione del lavoro, sui processi di selezione e sulle attività quotidiane in azienda, analizzando come nascono i bias e quali strumenti possono prevenirli prima che diventino prassi consolidata.
I lavori sono stati introdotti dall'intervento di Raffaella Tavazza, vice Presidente ANIASA che ha evidenziato come: "L'adozione sempre più diffusa dell'AI sta indubbiamente ridefinendo i processi decisionali nelle aziende, ma porta con sé un rischio concreto: quello di incorporare e amplificare bias già presenti nei dati e nelle organizzazioni. Per questo è fondamentale sviluppare modelli trasparenti, basati su informazioni consapevoli, guidati da leadership che sappiano orientare la tecnologia verso equità e inclusione. In un settore come l'automotive, storicamente sbilanciato nella rappresentanza, questo tema è ancora più urgente. Negli ultimi anni abbiamo però visto segnali positivi: la presenza femminile nei ruoli apicali sta crescendo e la mia nomina come Vice Presidente ANIASA, prima donna nel Consiglio Generale, va proprio in questa direzione. È la prova che il cambiamento è possibile, a patto che continuiamo a governare l'innovazione con responsabilità e visione.".
Nataliia Roskladka, Ricercatrice Senior dell'Osservatorio Artificial Intelligence del Politecnico di Milano ha poi illustrato i principali risultati di un'analisi sulle adozioni dell'AI nelle grandi, medie e piccole imprese italiane, da cui è emerso un quadro dinamico, con una crescente maturità tecnologica: "L'intelligenza artificiale sta trasformando il modo di lavorare nelle imprese italiane. I dati mostrano un forte interesse verso l'AI generativa come leva di innovazione e produttività, ma è importante guardare oltre le promesse di 'tempo risparmiato'. Secondo diversi studi, l'AI non necessariamente riduce il carico di lavoro: al contrario, tende a intensificarlo, spingendo i lavoratori a fare di più, in più ambiti e spesso per più tempo, senza ridurre davvero lo sforzo complessivo. Questo ci invita a riflettere non solo sulle tecnologie in sé, ma su come vengono integrate nei processi e nelle culture aziendali: l'obiettivo non dovrebbe essere solo aumentare la produttività, ma anche capire come gestire responsabilmente il lavoro che ne deriva, per evitare carichi insostenibili e promuovere un uso dell'AI che sia efficace e sostenibile."
Secondo i dati presentati dall'Osservatorio AI del Politecnico di Milano, il 71% delle grandi imprese in Italia ha avviato almeno una sperimentazione in AI. Per quanto riguarda invece l'adozione degli strumenti di genAI, il 53% delle grandi e grandissime aziende ha acquistato licenze di questi strumenti

per la produttività personale, dato che posiziona il Bel Paese su percentuali di adozione superiori a Francia (42%), Germania (43%) e Regno Unito (45%).

Sull'impatto delle tecnologie e dell'AI sulla qualità della vita e sulla condizione lavorativa si è soffermato Ivano Montrone, Community Manager di Valore D: "I dati dell'Osservatorio D di Valore D sul benessere tecnologico ci dicono che l'84% degli italiani considera lo sviluppo tecnologico un fattore che semplifica la vita e migliora l'accesso a informazioni e servizi, con una percezione condivisa da tutte le generazioni. L'utilizzo dell'intelligenza artificiale è ormai trasversale: quasi il 70% degli over 55 la usa per informarsi e approfondire, mentre il 50% dei laureati la impiega per potenziare performance lavorative e di studio. Accanto alle opportunità, emergono però limiti legati a bias, stereotipi, etica e trasparenza. Per questo crediamo che l'AI non sia uno strumento neutro o "pronto all'uso", ma una leva di trasformazione culturale e di governance: per diventare davvero AI-driven, le imprese devono integrare obiettivi di equità e inclusione nei processi decisionali, facendo della tecnologia un'occasione per mettere al centro le persone".

Dal confronto tra manager, imprenditrici ed esperte è emerso un messaggio chiaro: l'AI sta entrando in profondità nei processi aziendali – dalla comunicazione alla selezione del personale, fino alle scelte organizzative – e non è neutra; impara dai dati e, se i dati riflettono squilibri, può riprodurli o amplificarli, con conseguenze concrete su valutazioni, opportunità e percorsi di carriera.

La sfida, oggi, non è solo adottare nuove tecnologie, ma governarle con responsabilità. Perché l'innovazione sia davvero progresso, deve essere inclusiva.

L'evento si è svolto con il supporto di Atflow, Athlon, Car Clinic, Fratelli Giacomel, Gattinoni Business Travel, LKQ Rhiag, Stellantis Fleet & Business Solutions, Wayla e WPlanet.

Pink Mobility Day tratta il tema della “discriminazione artificiale”

(Adnkronos) – L’intelligenza artificiale entra sempre più nei processi decisionali delle imprese e nel mondo del lavoro, ma porta con sé anche il rischio di replicare o amplificare stereotipi e pregiudizi già presenti nei dati. È il tema al centro della quinta edizione del Pink Mobility Day, l’evento dedicato al rapporto tra mobilità, lavoro e tecnologia.L’iniziativa è stata promossa da LabSumo, con la partecipazione dell’associazione di fleet e mobility manager Best Mobility e di Bt Lounge.

Secondo i dati presentati nel corso dell’incontro, l’adozione dell’intelligenza artificiale nelle imprese italiane è in forte crescita: il 71% delle grandi aziende ha avviato almeno una sperimentazione di AI, mentre il 53% delle imprese di dimensioni maggiori ha acquistato licenze di strumenti di intelligenza artificiale generativa per la produttività personale.

Nel suo intervento Raffaella Tavazza, vice Presidente ANIASA che ha evidenziato come: “L’adozione sempre più diffusa dell’AI sta indubbiamente ridefinendo i processi decisionali nelle aziende, ma porta con sé un rischio concreto: quello di incorporare e amplificare bias già presenti nei dati e nelle organizzazioni. Per questo è fondamentale sviluppare modelli trasparenti, basati su informazioni consapevoli, guidati da leadership che sappiano orientare la tecnologia verso equità e inclusione. In un settore come l’automotive, storicamente sbilanciato nella rappresentanza, questo tema è ancora più urgente. Negli ultimi anni abbiamo però visto segnali positivi: la presenza femminile nei ruoli apicali sta crescendo e la mia nomina come Vice Presidente ANIASA, prima donna nel Consiglio Generale, va proprio in questa direzione. È la prova che il cambiamento è possibile, a patto che continuiamo a

governare l’innovazione con responsabilità e visione.”.

—

motori

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Pink Mobility Day tratta il tema della “discriminazione artificiale”

(Adnkronos) – L’intelligenza artificiale entra sempre più nei processi decisionali delle imprese e nel mondo del lavoro, ma porta con sé anche il rischio di replicare o amplificare stereotipi e pregiudizi già presenti nei dati. È il tema al centro della quinta edizione del Pink Mobility Day, l’evento dedicato al rapporto tra mobilità, lavoro e tecnologia.L’iniziativa è stata promossa da LabSumo, con la partecipazione dell’associazione di fleet e mobility manager Best Mobility e di Bt Lounge.

Secondo i dati presentati nel corso dell’incontro, l’adozione dell’intelligenza artificiale nelle imprese italiane è in forte crescita: il 71% delle grandi aziende ha avviato almeno una sperimentazione di AI, mentre il 53% delle imprese di dimensioni maggiori ha acquistato licenze di strumenti di intelligenza artificiale generativa per la produttività personale.

Nel suo intervento Raffaella Tavazza, vice Presidente ANIASA che ha evidenziato come: “L’adozione sempre più diffusa dell’AI sta indubbiamente ridefinendo i processi decisionali nelle aziende, ma porta con sé un rischio concreto: quello di incorporare e amplificare bias già presenti nei dati e nelle organizzazioni. Per questo è fondamentale sviluppare modelli trasparenti, basati su informazioni consapevoli, guidati da leadership che sappiano orientare la tecnologia verso equità e inclusione. In un settore come l’automotive, storicamente sbilanciato nella rappresentanza, questo tema è ancora più urgente. Negli ultimi anni abbiamo però visto segnali positivi: la presenza femminile nei ruoli apicali sta crescendo e la mia nomina come Vice Presidente ANIASA, prima donna nel Consiglio Generale, va proprio in questa direzione. È la prova che il cambiamento è possibile, a patto che continuiamo a governare l’innovazione con responsabilità e visione.”.

—

motori

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Pink Mobility Day tratta il tema della “discriminazione artificiale”

(Adnkronos) – L’intelligenza artificiale entra sempre più nei processi decisionali delle imprese e nel mondo del lavoro, ma porta con sé anche il rischio di replicare o amplificare stereotipi e pregiudizi già presenti nei dati. È il tema al centro della quinta edizione del Pink Mobility Day, l’evento dedicato al rapporto tra mobilità, lavoro e tecnologia.L’iniziativa è stata promossa da LabSumo, con la partecipazione dell’associazione di fleet e mobility manager Best Mobility e di Bt Lounge.
Secondo i dati presentati nel corso dell’incontro, l’adozione dell’intelligenza artificiale nelle imprese italiane è in forte crescita: il 71% delle grandi aziende ha avviato almeno una sperimentazione di AI, mentre il 53% delle imprese di dimensioni maggiori ha acquistato licenze di strumenti di intelligenza artificiale generativa per la produttività personale. Nel suo intervento Raffaella Tavazza, vice Presidente ANIASA che ha evidenziato come: “L’adozione sempre più diffusa dell’AI sta indubbiamente ridefinendo i processi decisionali nelle aziende, ma porta con sé un rischio concreto: quello di incorporare e amplificare bias già presenti nei dati e nelle organizzazioni. Per questo è fondamentale sviluppare modelli trasparenti, basati su informazioni consapevoli, guidati da leadership che sappiano orientare la tecnologia verso equità e inclusione. In un settore come l’automotive, storicamente sbilanciato nella rappresentanza, questo tema è ancora più urgente. Negli ultimi anni abbiamo però visto segnali positivi: la presenza femminile nei ruoli apicali sta crescendo e la mia nomina come Vice Presidente ANIASA, prima donna nel Consiglio Generale, va proprio in questa direzione. È la prova che il cambiamento è possibile, a patto che continuiamo a governare l’innovazione con responsabilità e visione.”.

—motoriwebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Pink Mobility Day tratta il tema della “discriminazione artificiale”

Pink Mobility Day tratta il tema della “discriminazione artificiale”

(Adnkronos) – L’intelligenza artificiale entra sempre più nei processi decisionali delle imprese e nel mondo del lavoro, ma porta con sé anche il rischio di replicare o amplificare stereotipi e pregiudizi già presenti nei dati. È il tema al centro della quinta edizione del Pink Mobility Day, l’evento dedicato al rapporto tra mobilità, lavoro e tecnologia.L’iniziativa è stata promossa da LabSumo, con la partecipazione dell’associazione di fleet e mobility manager Best Mobility e di Bt Lounge.

Secondo i dati presentati nel corso dell’incontro, l’adozione dell’intelligenza artificiale nelle imprese italiane è in forte crescita: il 71% delle grandi aziende ha avviato almeno una sperimentazione di AI, mentre il 53% delle imprese di dimensioni maggiori ha acquistato licenze di strumenti di intelligenza artificiale generativa per la produttività personale.

Nel suo intervento Raffaella Tavazza, vice Presidente ANIASA che ha evidenziato come: “L’adozione sempre più diffusa dell’AI sta indubbiamente ridefinendo i processi decisionali nelle aziende, ma porta con sé un rischio concreto: quello di incorporare e amplificare bias già presenti nei dati e nelle organizzazioni. Per questo è fondamentale sviluppare modelli

trasparenti, basati su informazioni consapevoli, guidati da leadership che sappiano orientare la tecnologia verso equità e inclusione. In un settore come l'automotive, storicamente sbilanciato nella rappresentanza, questo tema è ancora più urgente. Negli ultimi anni abbiamo però visto segnali positivi: la presenza femminile nei ruoli apicali sta crescendo e la mia nomina come Vice Presidente ANIASA, prima donna nel Consiglio Generale, va proprio in questa direzione. È la prova che il cambiamento è possibile, a patto che continuiamo a governare l'innovazione con responsabilità e visione.".

—

motori

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Pink Mobility Day tratta il tema della “discriminazione artificiale”

(Adnkronos) – L’intelligenza artificiale entra sempre più nei processi decisionali delle imprese e nel mondo del lavoro, ma porta con sé anche il rischio di replicare o amplificare stereotipi e pregiudizi già presenti nei dati. È il tema al centro della quinta edizione del Pink Mobility Day, l’evento dedicato al rapporto tra mobilità, lavoro e tecnologia.L’iniziativa è stata promossa da LabSumo, con la partecipazione dell’associazione di fleet e mobility manager Best Mobility e di Bt Lounge.
Secondo i dati presentati nel corso dell’incontro, l’adozione dell’intelligenza artificiale nelle imprese italiane è in forte crescita: il 71% delle grandi aziende ha avviato almeno una sperimentazione di AI, mentre il 53% delle imprese di dimensioni maggiori ha acquistato licenze di strumenti di intelligenza artificiale generativa per la produttività personale. Nel suo intervento Raffaella Tavazza, vice Presidente ANIASA che ha evidenziato come: “L’adozione sempre più diffusa dell’AI sta indubbiamente ridefinendo i processi decisionali nelle aziende, ma porta con sé un rischio concreto: quello di incorporare e amplificare bias già presenti nei dati e nelle organizzazioni. Per questo è fondamentale sviluppare modelli trasparenti, basati su informazioni consapevoli, guidati da leadership che sappiano orientare la tecnologia verso equità e inclusione. In un settore come l’automotive, storicamente sbilanciato nella rappresentanza, questo tema è ancora più urgente. Negli ultimi anni abbiamo però visto segnali positivi: la presenza femminile nei ruoli apicali sta crescendo e la mia nomina come Vice Presidente ANIASA, prima donna nel Consiglio Generale, va proprio in questa direzione. È la prova che il cambiamento è possibile, a patto che continuiamo a governare l’innovazione con responsabilità e visione.”.

—motoriwebinfo@adnkronos.com (Web Info)