

INNOVAZIONE ► LA STARTUP DIVISA TRA LOMBARDIA E PUGLIA SVILUPPA SOFTWARE SU MISURA, FA CONSULENZE SULL'IA E FORNISCE SERVIZI DI BUSINESS PROCESS OUTSOURCING

Intelligenza artificiale per le PMI: la sfida di M-AI

Se le risorse tecnologiche e il know-how sull'intelligenza artificiale si concentrano sempre più in poche mani e in poche aziende, il rischio è che le piccole e medie imprese italiane restino escluse dalla trasformazione digitale. Tuttavia, c'è chi ha deciso di invertire la rotta. È il caso di M-AI, startup innovativa divisa tra Lombardia e Puglia, i cui soci sono Giovanni Maggio, Vittorio Maggio e Marcella Imperio, con l'obiettivo dichiarato di portare l'IA dentro le aziende italiane, in modo semplice, concreto e accessibile. Lo fa sviluppando software su misura, portando avanti una consulenza sull'IA e fornendo alle aziende servizi di Business Process Outsourcing (BPO), cioè per l'esternalizzazione dei processi gestionali e di controllo. Fondata nel 2024, M-AI è oggi una piccola realtà con una visione chiara: rendere l'innovazione un diritto accessibile, superando le barriere tecnologiche.

PARLANO I SOCI

«Vogliamo dare al tessuto imprenditoriale che tiene in piedi il Paese la possibilità di accedere a queste tecnologie senza spendere una fortuna - spiega Giovanni Maggio, ideatore del progetto - La nostra missione è abilitare le imprese a usare l'intelligenza artificiale per restare competitive, affinché non vengano tagliate fuori». Giovanni è un ingegnere gestionale pugliese, trapiantato a Milano e laureato al Politecnico, che appena ventenne non ha perso tempo: «Ho iniziato un'esperienza imprenditoriale con il sito lapaginadegliscanti.it, nella quale sono socio insieme a un mio compagno di liceo. Successivamente ho terminato gli studi e ho lavorato nella consulenza, dove ho maturato una visione più chiara del settore. A un certo punto si è accesa una lampadina. Mio fratello Vittorio aveva già studiato IA, tra i primi in Italia ad avere il bollino di ingegnere specializzato in intelligenza artificiale. Così è nata M-AI». L'azienda si muove su due aree di business ben definite. La prima è lo sviluppo di soluzioni software custom, costruite "azienda per azienda", sulla base dei processi specifici. La seconda è il BPO, che consente a tutti di accedere senza farsi carico di spese e tempo, aiutando così a ottimizzare i processi aziendali. Anche Vittorio Maggio sottolinea come il valore reale stia nell'efficienza: «Ci



siamo accorti che uno dei grandi problemi delle imprese italiane è la scarsa produttività. Si perde molto tempo su attività di poco valore. Noi offriamo strumenti di IA che si applicano a funzioni come la redazione di documenti, il riconoscimento di immagini o l'accelerazione dei processi produttivi. Tutto su misura, con la proprietà intellettuale del software che resta al cliente». Il lavoro di M-AI parte sempre da un'analisi accurata: «Inizialmente l'approccio era più reattivo, sviluppando ciò che il cliente richiedeva. Tuttavia, facendo un'analisi costi-benefici, spesso ci rendevamo conto che quello che ci veniva richiesto non sempre era conveniente associarlo all'IA. Adesso, preferiamo suggerire noi dove può essere davvero utile, senza stravolgere i processi aziendali. A questa fase segue la prototipazione e lo sviluppo. È fondamentale individuare i ruoli con compiti ripetitivi, per poi riallocare meglio le risorse umane, mantenendo sempre la supervisione umana». «Il BPO, ovvero il nostro servizio "Uno in gamba", consente alle aziende di ottenere risultati finali senza dover affrontare investimenti in formazione o infrastrutture - spiega Marcella Imperio - Per esempio, collaboriamo con gli amministratori di condominio: ci inviano l'audio delle assemblee e noi restituiamo il verbale completo entro 48 ore. Non devono imparare un nuovo software, perché beneficiano semplicemente dell'economia di scala che l'IA abilita attraverso il nostro

servizio». Un altro esempio concreto è quello della redazione di lettere, documenti commerciali o e-mail personalizzate: «Spesso le aziende mandano comunicazioni tutte uguali ai clienti - prosegue Marcella - Noi analizziamo i dati disponibili e creiamo testi personalizzati per ciascun destinatario, aiutando a migliorare la fidelizzazione. In molte aziende, infatti, manca una figura interna che si occupi di intelligenza artificiale. È qui che entriamo in gioco noi, evitando l'investimento in formazione».

COSA C'È DA FARE

Ma le aziende sono pronte a fare questo passo verso l'intelligenza artificiale con fiducia? «L'IA ha un grande vantaggio. Fino a dieci anni fa, un consulente informatico entrava in azienda e proponeva di informatizzare i processi e raccogliere dati, promettendo che un giorno quei dati sarebbero serviti a qualcosa - racconta Giovanni - Oggi, con l'intelligenza artificiale, possiamo mostrare risultati in poche settimane, portando un prototipo veloce, tangibile. Di conseguenza l'imprenditore capisce subito quali risultati otterrà e in cosa sta investendo». Giovanni porta un esempio concreto: «Un nostro cliente aveva una segretaria che ogni giorno doveva inserire manualmente gli ordini in entrata. Con il nostro sistema, ora la lista viene generata automaticamente. Questo dà all'imprenditore una percezione immediata del valore aggiunto. Le PMI italiane spesso par-

tono da una situazione di arretratezza digitale, dunque, ma una volta mostrati i benefici concreti dell'IA, il tasso di adozione è molto alto: «Quando entriamo in azienda, c'è una svolta. I clienti capiscono il valore delle tecnologie e che non devono perdere questo treno. Siamo fiduciosi al riguardo. Ad esempio, abbiamo notato lavorando con gli amministratori di condominio che dopo la prova gratuita tutti hanno sottoscritto un contratto con noi». Come sottolinea Marcella, oggi le imprese sanno di dover impiegare l'intelligenza artificiale, anche se non sempre hanno chiaro come: «L'IA è ovunque, quindi le aziende sono coscienti del fatto che devono adeguarsi. A volte dobbiamo aiutarle a vedere l'opportunità e scegliere l'ambito giusto d'applicazione. Altre volte arrivano già informate, ma con aspettative mal indirizzate. Il nostro lavoro è anche guidarle in questo percorso». Vittorio aggiunge un tema fondamentale: «L'IA valorizza le persone. Spesso l'automazione libera risorse umane da compiti ripetitivi, come leggere mail tutto il giorno. Questo permette di impiegare meglio il tempo e il talento di ognuno. Ed ecco che tutti, quando vedono i risultati, capiscono che devono adottare questa tecnologia».

CONSOLIDARE IL SUCCESSO

Guardando al futuro, M-AI punta a consolidare le sue due linee di business e a costruire una reputazione solida nel mondo delle PMI italiane.

Tra gli obiettivi futuri c'è la creazione di un SaaS, ricerca e sviluppo e la crescita sui social

I tre soci, insieme ai tre professionisti che compongono il team, sanno bene che il passaparola è lo strumento commerciale più efficace in questo settore, e per questo investono ogni giorno nella qualità del servizio e nella fiducia dei clienti. L'ambizione, tuttavia, non si ferma qui: «Se le condizioni lo permetteranno, nei prossimi anni vorremmo sviluppare un nostro SaaS, acronimo di Software as a Service, portando un'innovazione concreta nel tessuto imprenditoriale italiano - concludono i tre soci - Inoltre, siamo attivi sui social per diffondere competenze e consapevolezza sull'intelligenza artificiale e siamo in contatti con il MEF per sviluppare la parte relativa a ricerca e sviluppo. Adesso vogliamo essere innanzitutto un punto di riferimento e conquistare la fiducia degli imprenditori, entrando nelle aziende per aumentarne l'efficienza». Progetti ce ne sono, e ce ne saranno, perché per M-AI il percorso è appena iniziato.

Per informazioni:

www.m-ai.it
www.linkedin.com/company/m-ai-it
www.tiktok.com/@m_ai_it
facebook.com/www.m.ai.it
www.instagram.com/m_ai_it



I TRE SOCI DELLA STARTUP. DA SINISTRA: MARCELLA IMPERIO, VITTORIO MAGGIO E GIOVANNI MAGGIO

