
Fii, Ling Ge: Le vere aziende AI saranno quelle che risolvono problemi reali?

Descrizione

(Adnkronos) Nel pieno della corsa globale all'intelligenza artificiale, non tutte le aziende che si definiscono AI company riusciranno a creare valore. Per Ling Ge, chief investment and strategy officer di Tencent, la distinzione emergerà guardando alla capacità di risolvere problemi importanti e di lungo periodo. Lo spiega durante lo speciale Adnkronos da Fii Priority Europe a Roma.

Costruire prodotti sopra un grande modello linguistico è ormai alla portata di molti. Il vero vantaggio competitivo nasce da una combinazione più profonda: dati proprietari, competenza verticale dei fondatori, solidità tecnica e capacità di integrarsi nei flussi di lavoro reali degli utenti. È questa, per Tencent, la base del moat tecnologico, cioè della protezione competitiva di un'impresa.

Ling Ge guarda oltre l'attuale ondata di applicazioni generative. Internet ha cambiato il modo in cui accediamo all'informazione, il mobile ha trasformato l'accesso ai servizi. La prossima grande opportunità, nella sua lettura, sarà AI come acceleratore della scoperta scientifica e della conoscenza.

Il tema è vicino anche per il suo percorso accademico, con un dottorato a Oxford in quantum computing. L'intelligenza artificiale applicata alla scienza può contribuire a rendere realtà campi oggi ancora difficili, dal quantum computing alla fusione nucleare. L'Europa, su questo fronte, ha un patrimonio enorme: circa 500 premi Nobel e una profondità scientifica che resta tra le più importanti al mondo.

La domanda è come trasformare queste scoperte in imprese da mille miliardi. La forza scientifica europea non basta, se non viene collegata a capitali, infrastrutture, talento imprenditoriale e capacità di esecuzione.

Tencent usa un criterio sintetico per valutare gli investimenti: le 3 P, people, problem, perspective. Prima vengono le persone: fondatori ambiziosi, capaci di vedere i trend prima che diventino evidenti, imparare rapidamente, adattarsi, eseguire con velocità e mantenere una visione di lungo periodo.

Poi c'è il problema. Non basta aumentare l'efficienza di un consumatore o di un lavoratore con un prodotto basato su modelli linguistici. L'investitore deve chiedersi se quel prodotto sarà ancora rilevante tra uno o tre anni, se serve davvero gli utenti e se migliora nel tempo grazie ai dati e all'integrazione nei processi.

Infine conta la prospettiva dell'ecosistema. Tencent investe in AI da oltre dieci anni e guarda alle società anche come operatore, non solo come investitore. L'esperienza di WeChat, con 1,4 miliardi di utenti e milioni di mini-programmi, offre un osservatorio privilegiato su come i prodotti possano imparare dai dati, diventare più intelligenti e costruire vantaggi competitivi durevoli.

?

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Giugno 20, 2026

Autore

redazione

default watermark