

Doppia spinta per l'Ai in azienda

Intelligenza artificiale. La Commissione europea ha lanciato due strategie per agevolare lo sviluppo della tecnologia e l'utilizzo da parte delle Pmi. Nel nostro Paese, già sotto la media Ue, le realtà più piccole si confermano in difficoltà nell'implementazione

Marta Casadei



Il dibattito sull'intelligenza artificiale è quanto mai aperto: negli stessi giorni in cui un gruppo ben nutrito di esperti e celebrities ha firmato un documento rivolto a giganti tecnologici come Google, Meta e OpenAI per vietare lo sviluppo di una superintelligenza - almeno fino a quando non verrà garantita la sicurezza per gli utenti -, non solo l'intelligenza artificiale è ormai diventata di uso comune e quotidiano (sempre OpenAI ha lanciato il proprio browser) ma è sempre più chiaro che rappresenta una leva strategica per lo sviluppo delle aziende. Delle grandi, ma soprattutto delle piccole. A questo proposito, l'8 ottobre 2025, la Commissione europea ha lanciato le nuove strategie (si veda la scheda a lato) Apply Ai, finanziata con un miliardo di euro, e Ai for Science, con una dote di oltre 600 milioni, per sostenere l'adozione dell'intelligenza artificiale nei settori strategici, rafforzando la competitività e la sovranità tecnologica europea, con un occhio anche alle piccole e medie imprese.

L'Italia sotto la media Ue

Nel contesto europeo l'Italia è, in generale, sotto la media: Istat nel 2024 ha certificato che solo 6,9 tra le piccole imprese (fino a 49 addetti) e 14,7 tra le medie (tra i 50 e i 249 addetti) su 100 dichiarano di utilizzare l'intelligenza artificiale nei propri processi. Sono

dati molto distanti dalle performance di Paesi come Belgio e Svezia (dove l'uso tra le medie imprese è del 35%, quello tra le piccole è pari al 20,7%) oppure Danimarca, dove questa percentuale tocca il 40% per le medie e il 23,5% tra le piccole.

Le opportunità

Eppure le opportunità insite nell'implementazione dell'intelligenza artificiale da parte delle piccole e medie imprese sono oggetto di una "messa a fuoco" e sempre più nitide. In un recente studio l'Insight Lab di Webidoo (azienda che progetta e realizza piattaforme AI-based per aziende, ndr) ha calcolato un indice di produttività potenziale che stima quanto un settore potrebbe migliorare le proprie performance operative grazie all'introduzione dell'intelligenza artificiale nei propri processi chiave. In testa ci sono settori come digitale (43,5% di produttività potenziale) e servizi (42,5%), ma anche ambiti meno legati in senso stretto alla tecnologia come, per esempio, costruzioni e manifattura potrebbero aumentare la produttività di poco meno del 30 per cento. Con un impatto positivo sul ritorno economico: il valore medio dell'indice di redditività potenziale calcolato sempre dall'Insight Lab di Webidoo (sulla base della produttività potenziale citata prima) si attesta al 31%, con picchi del 137% per commercio e retail, settore in cui nove imprese su dieci non hanno ancora impiegato l'intelligenza artificiale, e del 36% per turismo e ristorazione. Il dato conferma che l'impiego di questa tecnologia è una leva competitiva reale, a patto di impiegarla in modo corretto.

L'analisi per dimensione

Le imprese italiane, soprattutto le più piccole, sono però ancora indietro nell'implementazione. Vuoi per ragioni culturali, vuoi per questioni economiche (con una matrice comunque culturale: l'idea che, per esempio, la tecnologia sia inaccessibile economicamente o poco comprensibile perché in continua evoluzione). Un'indagine del 2025 condotta su scala europea da Accenture che ha coinvolto anche 114 aziende italiane con fatturato superiore a un miliardo - un campione che in Italia non definiremmo di piccole e medie imprese, ma che, comunque, analizzando realtà di taglia diversa può offrire uno spaccato interessante - conferma che le aziende di maggiori dimensioni tendono a implementare l'intelligenza artificiale in modo molto più diffuso rispetto alle piccole: solo il 31% di quelle nella fascia 0,9-9 miliardi di euro di ricavi ha portato almeno un progetto strategico di Ai alla piena applicazione, contro quasi la metà (48%) delle aziende con ricavi superiori ai nove miliardi. C'è un ampio divario anche nel livello di formazione e preparazione strategica: il 91% delle aziende più grandi dispone già di un chief Ai officer (o ruolo equivalente), contro il 64% delle più piccole; più della metà delle più grandi, poi, ha sviluppato una strategia avanzata sull'uso dei dati e dell'intelligenza artificiale, contro il 20% delle più piccole. La mancanza di competenze interne adeguate, tra l'altro, è per un'impresa su due una delle principali barriere all'uso dell'intelligenza artificiale, preceduta solo dalla scarsa qualità o disponibilità dei dati (61%) e seguita da violazioni di privacy e sicurezza (46%).

© RIPRODUZIONE RISERVATA