

## In Italia l’Ai è matura: +50% nel corso di un anno

*Algoritmo. Per il PoliMi nel 2025 l’intelligenza artificiale ha accelerato a 1,8 miliardi: metà del valore è attribuito a Gen Ai e strumenti ibridi*

Gianni Rusconi

I numeri dell’ultima ricerca dell’Osservatorio Artificial Intelligence del Politecnico di Milano, che il Sole 24 Ore ha avuto modo di visionare in anteprima, parlano chiaro: nel 2025 il giro d’affari dell’Ai ha raggiunto in Italia quota 1,8 miliardi di euro, con una crescita del 50% in un solo anno e un’accelerazione che non ha precedenti nel panorama digitale recente. Siamo dunque arrivati all’agognata fase di maturità? Probabilmente sì, in considerazione della nuova composizione delle voci di spesa, che vedono le soluzioni di Generative Ai e gli strumenti ibridi coprire ormai quasi la metà del valore degli investimenti (il 46% per la precisione), mentre la rimanente fetta resta legata alle applicazioni di machine learning tradizionali. Come conferma anche Giovanni Miragliotta, direttore dell’Osservatorio Ai, «l’analisi e l’elaborazione del testo e del linguaggio arrivano a toccare il 40% del valore di mercato, superando per la prima volta gli ambiti legati all’analisi dei dati: si tratta di una svolta quasi epocale, che ci dà una misura precisa dell’impatto dell’intelligenza artificiale generativa sullo sviluppo di questa tecnologia». Una svolta che riflette la capacità dell’AI di insinuarsi nei processi decisionali e cognitivi, oltre che in quelli industriali, ma che richiede, secondo l’esperto, «un rafforzamento importante delle abilità manageriali per navigare tra l’*over-communication* e le difficoltà di innovazione del modello operativo».

Allo stato attuale, sono ancora dominanti i progetti di applicazione “su misura” costruiti intorno alle specificità della singola azienda, che assorbono il 77% della spesa complessiva; per contro, sono servizi e licenze software a mostrare i tassi di crescita più elevati (l’84% delle grandi imprese ha acquistato strumenti di Gen Ai, con un incremento del 31% anno su anno), segno di una progressiva maturazione dell’offerta. Se guardano ai livelli di adozione, la pervasività dell’Ai non è però così sostanziale: il 71% delle grandi



aziende ha infatti avviato almeno un progetto (rispetto al 59% del 2024), ma solo una su cinque utilizza la tecnologia su più funzioni e solo una minoranza misura in modo strutturato i ritorni stimando ex ante il rapporto tra costi e benefici. Per non parlare dei tanto “osannati” sistemi di Process Orchestration e Agentic AI, che pesano solo per il 4% della spesa. La trasformazione organizzativa, stando agli indicatori appena citati, sembra procedere ancora lentamente, riflettendosi nel gap che riguarda le Pmi, dove la diffusione dell’Ai resta limitata (il comparto pesa per il 18% a valore e il tasso di sperimentazione è del 15% nelle medie imprese e del 7% nelle piccole) pur in presenza di un interesse crescente. «L’AI – ha concluso Miragliotta - ha di fronte a sé almeno tre grandi sfide. La prima è trovare un equilibrio tra aspettative e benefici reali dall’adozione; la seconda è proseguire con programmi di ricerca e formazione una volta esaurite le risorse del Pnrr e la terza, di portata globale, riguarda la sostenibilità finanziaria degli enormi investimenti in atto».

Uno scenario a luci e ombre è quello che fotografa anche l’ultima edizione della “CEO Survey” di PwC, studio che restituisce l’immagine di un management ottimista sulla crescita dell’economia globale ma consapevole di un pericoloso ritardo nell’adozione dell’intelligenza artificiale. Solo una minoranza delle imprese (il 12% a livello mondiale) che vi investe in modo strutturato riesce infatti a tradurre gli sforzi profusi in benefici tangibili su costi e ricavi: il nodo è tecnologico? No, è culturale e organizzativo, e lo si evince dalla mancanza di competenze dedicate (difetto che accomuna il 46% delle aziende) e da una governance che risulta ancora fragile. In Italia, nello specifico, il 68% delle imprese non integra l’AI nella definizione della propria strategia, il 40% non dispone di una roadmap chiara e il 34% non ha formalizzato regole per una sua adozione responsabile. L’intelligenza artificiale diventa così una linea di demarcazione tra chi elegge la trasformazione tecnologica a priorità strategica integrandola nei processi decisionali e nei modelli operativi e chi invece questo step non riesce a compierlo. Non è un caso, in tal senso, che metà delle imprese italiane (rispetto alla media globale del 42%) abbia già esplorato nuovi settori negli ultimi cinque anni in cerca di nuova competitività. Senza fondamenta solide (governance, visione sistemica, dati organizzati e competenze diffuse) il rischio che l’Ai rimanga un acceleratore potente ma incompiuto rimane assolutamente reale.