



Presentato a Roma il festival DigitalMeet 2025, 150 eventi in tutta Italia

## Descrizione

(Adnkronos) - Italia corre ancora troppo poco sul fronte dell'alfabetizzazione digitale, sia sul piano dei singoli che su quello delle imprese. Dobbiamo puntare a entrare tra i primi 10 Paesi in Europa, sfruttando al meglio l'economia della digitalizzazione. Dobbiamo correre di più, con l'obiettivo di fare più impresa: alcuni dati sono confortanti, ma l'impegno deve continuare. A dirlo Gianni Potti, Presidente della Fondazione Comunica, presentando oggi a Roma, presso la Sala Caduti di Nassirya al Senato, l'edizione 2025 di DIGITALmeet, il più grande festival italiano sull'alfabetizzazione digitale, che prende il via il 20 ottobre e prosegue fino al 25 ottobre, con oltre 150 eventi organizzati in tutta Italia.

La vera sfida della transizione digitale è sottolineata dal Senatore Questore, Antonio De Poli in conferenza stampa: non è soltanto tecnologica ma profondamente umana. Possiamo avere infrastrutture avanzate e piattaforme all'avanguardia, ma se mancano le competenze diffuse rischiamo di ampliare le disuguaglianze invece di ridurle. Serve una nuova alfabetizzazione digitale, capillare e condivisa, che coinvolga scuola, università, imprese e istituzioni. È una sfida che riguarda la coesione sociale del Paese: il digital divide non è solo una frattura tecnologica, ma territoriale e generazionale. Investire sul capitale umano significa dare a tutti la possibilità di essere protagonisti del cambiamento, non spettatori ai margini.

Sul tema, è intervenuto anche il Sottosegretario alla Presidenza del Consiglio con delega all'informazione e all'editoria, Alberto Barachini, che, partecipando al convegno organizzato da DIGITALmeet a Palazzo Giustiniani, Competenze Digitali e Istruzione, Verso una Nuova Alfabetizzazione, ha sottolineato che è avere confidenza con qualcosa è determinante per governarla e non esserne governati. L'alfabetizzazione digitale dei cittadini e delle imprese è per questo imprescindibile in questo momento storico. Con la legge italiana sull'intelligenza artificiale, da un lato consentiamo un uso sicuro dell'AI per i cittadini; dall'altro autorizziamo fino a 1 miliardo di euro di investimenti in equity e quasi-equity tramite il Fondo di sostegno al venture capital e CDP Venture Capital. Risorse che andranno a PMI innovative e start-up attive nei settori AI, cybersicurezza e telecomunicazioni.

Su questo tema DIGITALmeet va oltre con una ricerca: «L'alfabetizzazione digitale si fa impresa: l'economia dei digital content creators». Lo studio InfoCamere-DIGITALmeet analizza quante sono, come e dove operano le aziende che in Italia hanno come core business la creazione di contenuti: quanti digital creator oggi hanno fatto il salto di qualità e sono diventati imprenditori? In Italia le società che si occupano esclusivamente (core) o parzialmente (ibride) di questo tipo di business sono circa 25 mila, delle quali 15 mila le core.

La top 5 delle regioni ad alto tasso di content creation sono aziende core e composta da: Lombardia (5.700), Lazio (4.600), Campania (2.400), Veneto (1.600), Sicilia ed Emilia-Romagna a pari merito (1.500). L'evoluzione temporale evidenzia una crescita esponenziale del numero di imprese tra il 2015 e il 2024. In otto anni il totale delle Digital Content Creator è aumentato del +185% (da 8.918 a 25.429 imprese), con un ritmo più intenso per le core che triplicano (+206%, da 5.219 a 15.986) rispetto alle ibride (+155%, da 3.699 a 9.443 imprese). Il valore della produzione per le core è schizzato da 9 a 16 miliardi di euro (con una verticale sul fatturato da 11 a 16 miliardi di euro in 4 anni: dal 2021 a oggi). Le ibride sono passate da 2.2 miliardi a 4.7: crescita molto rilevante (dal 2021 a oggi: da 2.8 a 4.7 miliardi di euro).

Le competenze digitali spiega Paolo Gubitta, professore ordinario di organizzazione aziendale, Università di Padova e coordinatore scientifico della ricerca Infocamere diventano motore di imprenditorialità e aprono spazi inediti che non hanno bisogno di grandi capitali e così nascono le imprese che abbiano definito Core. Il Digital Content Creator non è più un comunicatore amatoriale, ma un nuovo soggetto imprenditoriale, che opera all'intersezione tra creatività, tecnologia e modelli di business data-driven. L'accesso diffuso agli strumenti digitali ha ridotto le barriere finanziarie all'ingresso: sono sufficienti le skill digitali, una connessione e abilità narrative per trasformare un'idea in un progetto economico. È in questo spazio che la creator economy ha trovato terreno fertile, dando origine a migliaia di microimprese che nascono attorno a un canale, un format o una community. Le imprese ibride invece sono aziende che fanno altro ma che incorporano queste nuove competenze legate ai nuovi media e ne beneficiano nella crescita: sia in chiave numerica che di valore della produzione.

Le competenze digitali sottolinea Alessandro Sperduti, del Dipartimento di Matematica Tullio Levi-Civita dell'Università di Padova, Direttore del Centro Augmented Intelligence Fondazione Bruno Kessler sono fondamentali per il futuro delle persone e del Paese. Dobbiamo lavorare per ridurre il divario rispetto alle altre nazioni europee, in modo da permetterci di essere protagonisti anche nell'ambito delle tecnologie dell'Intelligenza Artificiale. Le tecnologie dell'Intelligenza Artificiale, infatti, stanno sempre più permeando gli ambiti sociali e produttivi delle nazioni avanzate, con un valore di mercato stimato dalle Nazioni Unite di 4,8 triliuni di dollari entro il 2033.

Per Gianni Dal Pozzo, AD di Considi, la sfida nel campo dell'alfabetizzazione digitale è la difesa, protezione e custodia dei dati in particolare quelli aziendali: «il vero patrimonio delle aziende risiede nei dati aziendali perciò abbiamo imparato a lavorare con gli LLM: i Large Language Model ossia il sistema di apprendimento su vasta scala dell'AI, deputato alla generazione di sintesi e testi. Spesso assistiamo a casi dove contratti e relazioni vengono caricati su sistemi di IA per ottenere rapidamente un riassunto: è in quel momento che stiamo cedendo dati preziosi. La sfida oggi è usare gli LLM su dati proprietari riuscendo a preservarli».

Il messaggio che DIGITALmeet vuole diffondere Ã“ piÃ¹ che mai attuale: â??Serve che chi oggi ha a cuore lâ??innovazione faccia una scelta: mettere a disposizione le proprie competenze per non perdere il treno del futuro. Il capitale umano Ã“ quel pilastro necessario che consente quella integrazione indispensabile con le nuove tecnologie. Lâ??AI, ad esempio, non Ã“ uno strumento da temere o rifuggire, piuttosto Ã“ unâ??opportunità unica da saper governareâ?• â?? conclude Potti.

â??

economia

[webinfo@adnkronos.com](mailto:webinfo@adnkronos.com) (Web Info)

#### **Categoria**

1. Comunicati

#### **Tag**

1. Ultimora

#### **Data di creazione**

Ottobre 10, 2025

#### **Autore**

redazione

*default watermark*