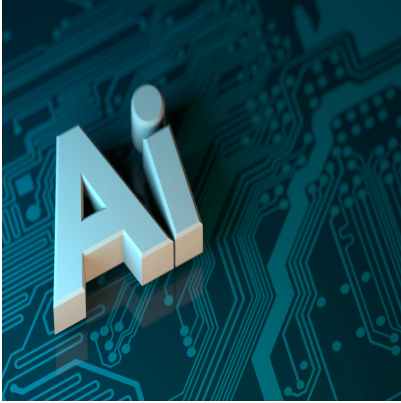




Ecco Aimi, primo indice italiano che misura la maturit  manageriale

Descrizione

(Adnkronos)    Aimi, AI management index,   il primo indice realizzato in Italia per misurare il livello di maturit  del management nell adozione e nella governance dell Intelligenza Artificiale.

Nato dalla collaborazione tra Cida e AI4I    Istituto Italiano per l Intelligenza Artificiale    indice non si limita a fotografare la diffusione delle nuove tecnologie, ma analizza il grado di integrazione dell AI nei processi decisionali e organizzativi, le competenze manageriali disponibili, i modelli di governance adottati e la capacit  delle organizzazioni di trasformare l innovazione in valore concreto. La ricerca ha coinvolto 1.740 dirigenti e manager italiani, appartenenti sia al settore pubblico sia a quello privato, rappresentando una delle pi 1 ampie rilevazioni finora realizzate sul rapporto tra management e Intelligenza Artificiale nel nostro Paese.

La prima evidenza che emerge dalla ricerca   che l Intelligenza Artificiale   gi  entrata nella vita professionale dei manager italiani. Quasi 9 dirigenti su 10 (89%) dichiarano di utilizzarla, ma nella maggior parte dei casi l adozione avviene ancora in modo individuale, sperimentale e non sistematico. Il 35% delle organizzazioni si trova infatti ancora in una fase di sperimentazione, mentre solo il 29% ha iniziato a integrare l AI nei propri processi operativi. E   come se molti manager avessero gi  aperto un proprio laboratorio personale di innovazione, mentre le organizzazioni faticano ancora a trasformare queste esperienze in modelli strutturati e condivisi. Pi 1 di 1 manager su 2 la utilizza ormai con frequenza settimanale e una quota significativa la impiega quotidianamente nelle proprie attivit  professionali. Non stiamo quindi osservando una tecnologia emergente, ma una tecnologia gi  entrata nella quotidianit  del lavoro manageriale.

Per il 57% dei manager l Intelligenza Artificiale sta gi  riducendo il tempo dedicato alle attivit  ripetitive. Il primo impatto dell AI non   la sostituzione del lavoro umano, ma la liberazione di tempo da reinvestire in attivit  a maggior valore aggiunto, nella creativit , nell innovazione e nella capacit  decisionale. E   il primo segnale concreto di come questi strumenti possano contribuire ad aumentare la produttivit  individuale e organizzativa, tema centrale per la competitiv  del Paese nei prossimi anni. L Intelligenza Artificiale sta entrando rapidamente nelle organizzazioni, ma non sempre all interno di una visione formalizzata e condivisa. Se da un lato il 30% delle organizzazioni ha gi  adottato una strategia formalizzata e un ulteriore 20% la sta sviluppando, dall altro la

diffusione della tecnologia continua a procedere più rapidamente della definizione di obiettivi, responsabilità e modelli di utilizzo condivisi. È un fenomeno tipico delle grandi trasformazioni: la pratica precede la strategia. L'AI si diffonde più rapidamente della capacità delle organizzazioni di definirne finalità, priorità e direzione di sviluppo.

Avere una strategia, per sé, non basta. Il passaggio successivo è costruire un sistema di governo chiaro e condiviso che appare ancora incompleto. Solo il 12% dichiara di disporre di una governance AI formalizzata e attiva, mentre il 28% è ancora in fase di sviluppo. In molti casi mancano procedure consolidate, ruoli definiti e meccanismi di supervisione capaci di garantire un utilizzo coerente e responsabile della tecnologia. Se la strategia definisce la direzione, la governance definisce le regole del percorso. Ed è proprio su questo terreno che si apre uno dei principali cantieri della trasformazione. La ricerca smentisce uno stereotipo diffuso. I manager italiani non stanno delegando il proprio giudizio alle macchine. Oltre l'80% dichiara di verificare sempre o quasi sempre gli output prodotti dall'AI prima di utilizzarli nei processi decisionali. Non si tratta di diffidenza verso l'innovazione, ma di responsabilità professionale. Il dato restituisce l'immagine di una dirigenza consapevole, che riconosce il valore degli strumenti intelligenti ma non rinuncia al proprio ruolo di valutazione, interpretazione e assunzione della responsabilità finale. Anche i rischi percepiti confermano questa maturità: l'affidabilità degli output, il rischio di una delega eccessiva alle macchine, la tutela dei dati e delle responsabilità professionali, nonché il possibile impatto sul capitale umano e sulle relazioni di lavoro. Il management italiano guarda all'AI come a una sfida organizzativa e culturale prima ancora che tecnologica.

Le competenze richieste per il futuro non sono soltanto tecniche. Certamente servono nuove capacità operative e digitali, ma la domanda più forte riguarda il pensiero critico, la capacità di valutare gli output, la comprensione dei rischi, la governance e la leadership del cambiamento. Tra le competenze considerate più importanti emergono proprio quelle legate al giudizio, alla valutazione e alla supervisione dei sistemi intelligenti. È un risultato che suggerisce come l'AI aumenti il valore del giudizio umano anziché sostituirlo.

Questa esigenza si riflette anche nel giudizio sull'offerta formativa esistente. La maggioranza dei rispondenti (893 su 1.740) la considera insufficiente o frammentata. Ma il punto più interessante è un altro: i manager non chiedono semplicemente più corsi. Chiedono formazione applicata ai processi, mentoring, affiancamento, casi pratici e soprattutto tempo dedicato all'apprendimento. La formazione non viene più percepita come un'attività accessoria, ma come una condizione necessaria per governare la trasformazione. Il manager del futuro non è un tecnico dell'automazione. È un supervisore della trasformazione, un garante della qualità delle decisioni e una guida culturale capace di accompagnare le persone nel cambiamento. Più aumenta l'automazione, più cresce il valore della leadership, della capacità di indirizzo e della responsabilità manageriale.

La costruzione dell'AIMI (AI management index) da parte di Cida e AI4I ha consentito di misurare per la prima volta la maturità manageriale nell'adozione dell'AI attraverso cinque dimensioni: strategia, integrazione nei processi, governance, competenze e capacità di generare risultati. Il dato medio sulla maturità manageriale che emerge è 39,7 su 100. Non racconta un Paese fermo. Racconta un Paese in movimento che non ha ancora consolidato la propria maturità.

organizzativa. Quasi tre organizzazioni su quattro si collocano ancora sotto la soglia di piena maturit , mentre solo una quota limitata raggiunge livelli elevati di sviluppo. L  Italia ha iniziato il percorso. La sfida ora   accelerarlo, trasformando la diffusione dell  AI in una capacit  organizzativa stabile e diffusa.

L  Aimi evidenzia differenze significative tra i diversi comparti. Come prevedibile, il settore ICT registra il livello di maturit  pi  elevato (56,4 punti). Pi  vicini alla media nazionale si collocano Pubblica amministrazione (39,1) e industria (38,3). La sanit  presenta il livello di maturit  pi  basso nonostante la presenza di numerosi casi d  uso avanzati. E   la dimostrazione che la tecnologia, da sola, non basta. Senza strategia, competenze e governance anche i migliori strumenti rischiano di non produrre pienamente i benefici attesi. Anche la Pubblica amministrazione evidenzia la necessit  di investire nella crescita della dirigenza pubblica e nella capacit  delle organizzazioni di integrare innovazione tecnologica e innovazione amministrativa. Tra i cinque pilastri dell  indice, quello relativo alle competenze registra il risultato pi  basso: Human-AI Skills si ferma a 27,2 punti. Il dato non segnala una resistenza all  innovazione, ma evidenzia quanto sia necessario accompagnare la trasformazione tecnologica con investimenti continui nelle persone. E   qui che si gioca la principale sfida competitiva del Paese. Ed   qui che dovranno concentrarsi gli investimenti in formazione, aggiornamento e sviluppo del capitale umano.

Infine, l  Index introduce un elemento particolarmente innovativo: il Visibility gap index. La ricerca mostra che la conoscenza delle strategie, degli investimenti e delle scelte legate all  AI diminuisce progressivamente scendendo lungo la scala gerarchica. In altre parole, esiste un divario informativo interno alle organizzazioni. Gli apicali vedono la trasformazione in corso, mentre molti livelli intermedi ne percepiscono solo una parte. Ridurre questo gap pu  diventare una delle leve pi  efficaci per accelerare la maturit  organizzativa e favorire un  adozione pi  consapevole dell  AI.

L  indice mostra che non esiste un solo management italiano. Esistono almeno quattro profili che rappresentano altrettanti stadi della trasformazione. 1) Innovatori    L  avanguardia della trasformazione. Rappresentano circa un quinto del campione (19,8%). Vedono l  AI come una leva strategica e organizzativa. Sono orientati all  integrazione, alla scalabilit  e ai risultati. Considerano l  AI parte integrante della competitivit  futura. Sono coloro che stanno gi  guidando il cambiamento. 2) Attenti alla Governance    Chi presidia regole e responsabilit . Rappresentano il 22,5% del campione. Operano soprattutto nei contesti regolamentati e nella Pubblica amministrazione. La loro priorit    garantire conformit , accountability e controllo dei rischi. Ricordano che senza fiducia non esiste innovazione sostenibile. 3) Adottatori    Il cuore della sfida italiana. Con il 27,1% del campione rappresentano il segmento pi  numeroso dopo i ritardatari. Hanno compreso il potenziale dell  AI e ne stanno sperimentando le applicazioni. Sono il gruppo pi  vicino al salto di qualit . Da loro dipender  gran parte della competitivit  futura del sistema produttivo italiano.

4) Ritardatari    Dove servono pi  competenze e accompagnamento. Rappresentano il 30,6% del campione, la quota pi  ampia rilevata dalla ricerca. Non manca l  interesse verso l  innovazione. Mancano spesso strumenti, percorsi formativi, competenze e visibilit  interna. E   il segmento sul quale occorre concentrare maggiormente gli investimenti in formazione, accompagnamento organizzativo e sviluppo manageriale.

Nel loro insieme, i risultati dell  Aimi restituiscono un messaggio chiaro. I manager italiani non stanno osservando la trasformazione: la stanno gi  vivendo. Le organizzazioni stanno iniziando a strutturarla.

La sfida dei prossimi anni sar  accelerare questo percorso, investendo in competenze, governance e capacit  di tradurre lâ innovazione in valore. L  Intelligenza Artificiale non sostituisce il ruolo del management. Al contrario, ne rafforza la centralit  . Perch   pi  1 cresce la potenza della tecnologia, pi  1 diventano decisive la capacit  di orientarla, il giudizio nel suo utilizzo e la responsabilit  delle decisioni. E   in questo spazio che il capitale manageriale pu  2 diventare uno degli asset pi  1 importanti per accompagnare la trasformazione economica, sociale e istituzionale dell  Italia.

  

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Giugno 10, 2026

Autore

redazione

default watermark