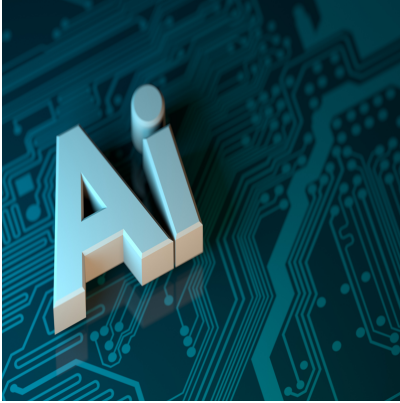




Le imprese italiane investiranno in Ai 18,4 milioni di dollari nel 2026, +45% nei prossimi 2 anni

Descrizione

(Adnkronos) Le aziende italiane stanno ottenendo ritorni sugli investimenti (Roi) sempre più positivi dall'intelligenza artificiale, nonostante persistano alcune sfide. E in media, le imprese italiane prevedono di investire quest'anno 18,4 milioni di dollari in Ai, una cifra inferiore alla media globale che si attesta sui 28 milioni di dollari. Tuttavia, gli investimenti in Ai nel nostro Paese sono destinati a crescere del 45% nei prossimi due anni. E quanto emerge da un nuovo studio condotto da Sap Se e Oxford Economics. Anche il livello del Roi sta registrando un forte incremento. Le aziende italiane si aspettano un Roi del 20% quest'anno (pari a 4,9 milioni di dollari), percentuale che dovrebbe aumentare fino a raggiungere il 38% entro due anni (12,2 milioni di dollari).

L'AI agentica è al centro di queste aspettative. Nei prossimi due anni, si prevede infatti che il Roi derivante dall'AI agentica raggiungerà i 13,7 milioni di dollari in Italia. Questi dati emergono da una nuova ricerca globale, "The SAP Value of AI 2026", che ha coinvolto 2.300 dirigenti aziendali in 13 paesi, di cui 200 nel nostro Paese. Commentando lo studio, Carla Masperi, Amministratore Delegato di Sap Italia ha osservato: "Nell'ultimo anno l'Italia è passata dalla fase di sperimentazione dell'AI a quella operativa, e questo sta iniziando a dare risultati concreti. Ma c'è ancora molta strada da fare. Un'AI priva di contesto, che si tratti di processi, dati o governance, nella migliore delle ipotesi genera attività senza risultati, nella peggiore crea nuovi rischi".

Oggi, oltre un quarto delle attività (26%) di un'azienda italiana è supportato dall'intelligenza artificiale, percentuale che si prevede aumenterà al 44% entro i prossimi due anni. Tuttavia, se da un lato crescono gli investimenti strategici in AI (20%), dall'altro gli approcci frammentati restano i più diffusi (36%). In parte, questa situazione potrebbe legata alla leadership. Meno della metà delle aziende italiane ha un responsabile dedicato all'AI e alla sua adozione (45%), che definisca i KPI per l'AI a livello manageriale (35%) o che fornisca percorsi di formazione sulle funzionalità e sui rischi dell'AI (37%).

Nonostante queste difficoltà, il 73% delle aziende italiane si dichiara soddisfatto del ROI attuale dell'AI, anche se oltre la metà ritiene che il potenziale dell'intelligenza artificiale non sia ancora pienamente sfruttato. Parte di questo ottimismo è dovuto all'AI agentica: i tre quarti del campione (75%) ritiene che l'AI agentica abbia un potenziale da moderato a molto elevato nel trasformare la propria organizzazione. Tuttavia, la tecnologia è ancora agli inizi: solo l'1% delle aziende intervistate si considera pienamente preparata all'AI agentica, mentre la maggioranza afferma di essere parzialmente preparata o addirittura non pronta.

Le organizzazioni italiane si trovano ad affrontare una serie di sfide per ottenere un ritorno sull'investimento (ROI) dagli investimenti in AI, in particolare sul fronte dei dati, delle risorse umane e della governance. La qualità dei dati rimane la sfida principale. Nonostante il 67% delle aziende affermi di essere pronta per l'AI in termini di dati, il 74% segnala problemi legati alla scarsa qualità delle informazioni disponibili. Un aspetto che ha un impatto sulle attività quotidiane, con il 77% delle imprese che dichiara di aver sperimentato rilavorazioni, ritardi o accumuli di lavoro arretrato a causa della scarsa qualità degli output forniti dall'intelligenza artificiale.

Anche l'impatto dell'AI sulla forza lavoro rappresenta una sfida significativa. Otto aziende italiane su dieci (80%) non sono convinte che le iniziative di aggiornamento professionale intraprese dalla propria azienda tengano il passo con l'evoluzione degli strumenti di AI. Inoltre, meno dell'1% degli intervistati ha affermato che l'AI non avrà alcun impatto sulla pianificazione della forza lavoro. Nel frattempo, il fenomeno della Shadow AI resta un problema sentito: il 67% degli intervistati ha dichiarato che ciò accade all'interno della propria organizzazione almeno occasionalmente. Infine, la governance rappresenta uno degli ostacoli più rilevanti per la creazione di valore dell'AI in ambito aziendale. Solo un'impresa su dieci dichiara di essere pienamente pronta a governare efficacemente l'intelligenza artificiale, sia in termini di competenze (11%) sia di processi e framework organizzativi (10%).

Il prossimo passo per ottenere valore dalla nuova tecnologia sarà integrare dati, processi e AI. Le aziende italiane devono comprendere che l'AI spesso offre un valore più difficile da misurare di quanto ci si aspetti, e comporta rischi che evolvono a un ritmo molto veloce perché la maggior parte dei sistemi di governance riesca a stare al passo. La governance dell'AI, ad esempio, sta diventando la sfida più importante che molte aziende ancora non sanno di avere, continua Masperi.

Queste criticità potrebbero amplificarsi in un futuro sempre più orientato all'AI agentica. Attualmente, il 40% delle aziende italiane non dispone di processi con intervento umano (human-in-the-loop) per supervisionare i workflow agentici; il 25% non ha sistemi di controllo e autorizzazione degli accessi per gli agenti AI; e solo il 48% mantiene un registro degli agenti utilizzati all'interno della propria organizzazione. Si tratta di aspetti importanti, considerando che quasi due terzi delle aziende (63%) concordano o non sanno se stanno implementando agenti AI a un ritmo più veloce di quello con cui riescono a gestirli.

Generare valore reale dall'AI non sarà semplice, perché richiede un approccio completamente nuovo, spiega Masperi. Le imprese italiane, grandi e piccole, dovranno

connettere i dati e ai processi che alimentano il loro business, garantendo al contempo che abbia il contesto e la governance necessari per guidare risultati affidabili. Questo Ã² ciÃ² che definiamo Autonomous Enterprise. Non si tratta di una trasformazione puramente tecnologica, ma Ã² soprattutto umana. Il vero valore si realizza solo quando agenti, processi e persone lavorano in sinergiaâ••, conclude.

â••

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Luglio 16, 2026

Autore

redazione

default watermark