Strategenius agency: â??Per le imprese lâ??Ai Ã¨ opportunitÃ ma si puÃ² tramutare in condannaâ?•

Descrizione

default watermark

(Adnkronos) â?? Il paradosso della digitalizzazione italiana emerge con forza dai dati piÃ¹ recenti: mentre il mercato dellâ??intelligenza artificiale cresce del 58% nel 2024 e le grandi aziende con oltre 250 addetti superano il 50% di adozione Ia, il 70,2% delle imprese italiane rimane bloccato a un livello base di digitalizzazione secondo il Digital intensity index. Un divario che rischia di compromettere la competitivitÃ del tessuto produttivo nazionale, considerando che le pmi rappresentano circa il 45% del fatturato del Paese. I numeri raccontano una storia di opportunitÃ mancate e di un sistema imprenditoriale che fatica a tenere il passo con la rivoluzione digitale. Lâ??adozione dellâ??intelligenza artificiale nelle imprese italiane con almeno 10 addetti Ã¨ passata dal 5% nel 2023 allâ??8,2% nel 2024, raggiungendo il 16,4% nel 2025 secondo i dati Istat. Una crescita significativa che perÃ² nasconde profonde disparitÃ dimensionali e settoriali.

â??Fare impresa in Italia oggi con lâ??intelligenza artificiale Ã¨ unâ??opportunitÃ ma si puÃ² tramutare in una condannaâ?•, afferma Manabe Repici, ceo di Strategenius agency, evidenziando come molte aziende non abbiano ancora compreso come sfruttare appieno il potenziale del digitale e lâ??importanza della reputazione e della presenza online. La situazione diventa ancora piÃ¹ critica se si considera che gli investimenti nel digitale in Italia cresceranno solo dellâ??1,5% entro il 2025, con lâ??Ia che si posiziona al terzo posto tra le aree di spesa Ictâ?•.

Il gap digitale delle pmi italiane non Ã¨ solo una questione tecnologica ma rappresenta una sfida strutturale per lâ??intero sistema economico. Mentre le grandi aziende accelerano nellâ??adozione di tecnologie avanzate, le piccole e medie imprese rischiano di essere superate da concorrenti meno capaci ma piÃ¹ abili nel marketing digitale. â??Le pmi â?? sottolinea Repici â?? rappresentano circa il 45% del fatturato nazionale, ed Ã¨ cruciale per loro colmare il gap digitale per evitare di essere superate da concorrenti meno capaci, ma piÃ¹ abili nel marketing digitaleâ?•.

La trasformazione digitale sta creando nuove opportunitÃ lavorative e modificando profondamente il modo in cui i consumatori cercano informazioni online. Lâ??intelligenza artificiale non si limita a migliorare lâ??efficienza operativa ma sta ridefinendo interi modelli di business. Il mercato dellâ??Ia in Italia, trainato principalmente dalle sperimentazioni con la Generative Ia, mostra un dinamismo che

contrasta con lâ??inerzia di gran parte del tessuto imprenditoriale. â??Siamo in un momento di transizione, dove lâ??Ia puÃ² fungere da ponte tra le generazioni piÃ¹ anziane e i giovani nativi digitaliâ?•, osserva Repici, evidenziando come questa tecnologia possa facilitare lâ??integrazione tra competenze tradizionali e innovazione digitale. Un aspetto cruciale per un Paese dove molte pmi sono ancora gestite da imprenditori di generazioni precedenti, spesso restii al cambiamento tecnologico.

Le prospettive future del mercato indicano una polarizzazione sempre piÃ¹ marcata tra aziende digitalizzate e quelle che restano ancorate a modelli tradizionali. Lâ??automazione dei processi e la gestione avanzata dei dati diventeranno fattori discriminanti per la sopravvivenza sul mercato. Paradossalmente, perÃ², emerge anche una nuova domanda di competenze umane uniche. â??La spontaneitÃ e lâ??autenticitÃ diventeranno sempre piÃ¹ importanti in un mondo saturo di contenuti generati dallâ??Iaâ?•, prevede Repici, suggerendo che lâ??elemento umano manterrÃ un ruolo centrale nonostante lâ??avanzata dellâ??automazione.

La sfida per le pmi italiane non Ã¨ solo tecnologica ma culturale. Il ritardo nellâ??adozione digitale rischia di trasformarsi in un handicap strutturale in un mercato sempre piÃ¹ competitivo e globalizzato. â??La chiave del successo sarÃ la capacitÃ di adattarsi e innovare, sfruttando le potenzialitÃ dellâ??Ia per creare un futuro piÃ¹ prospero e sostenibileâ??, conclude Repici. Un monito che suona come un ultimatum per migliaia di piccole e medie imprese che devono scegliere tra evolversi o rischiare lâ??obsolescenza. Il tempo per colmare il divario digitale si sta esaurendo. Mentre le grandi aziende corrono verso lâ??innovazione e il mercato dellâ??Ia continua la sua crescita esponenziale, le pmi italiane devono affrontare una trasformazione che non Ã¨ piÃ¹ rinviabile. La digitalizzazione non Ã¨ piÃ¹ unâ??opzione ma una necessitÃ per garantire la sopravvivenza e la competitivitÃ del sistema produttivo nazionale.

default watermark

â??

lavoro

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione
Gennaio 15, 2026
Autore
redazione