

La digitalizzazione premia le imprese «Maggiore propensione all'export»

**L'ANALISI DI
UNIONCAMERE
E CENTRO STUDI
TAGLIACARNE:
PRODUTTIVITÀ
SUPERIORE DEL 12%**

IL FOCUS

ROMA Digitale è bello: le aziende che lo sfruttano producono ed esportano più delle altre. Peccato che la sua diffusione sia ancora contenuta. Secondo un'analisi Unioncamere-Centro studi Tagliacarne le imprese digitalizzate hanno una produttività superiore del 12% rispetto alle altre e una maggiore propensione all'export (+67%).

Ma il livello medio di adozione delle tecnologie digitali, pur crescendo negli ultimi anni, è limitato: i dati elaborati dai Pid, i punti impresa digitale delle Camere di commercio, sulla base dei test di autovalutazione effettuati dalle imprese, mostrano un miglioramento ancora contenuto della maturità digitale.

I PROCESSI

«I Pid stanno svolgendo un ruolo determinante, avendo accompagnato oltre 800 mila imprese nei processi di cambiamento, attraverso l'erogazione di servizi di informazione, formazione, assessment, orientamento e mentoring», sottolinea il segretario generale di Unioncamere, Giuseppe Tripoli. Il quale aggiunge che «è necessario ampliare questa linea di azione, con iniziative capaci di rendere sempre più accessibili alle imprese le nuove tecnologie, ed in particolare l'intelligenza artificiale, creando cultura e consapevolezza e soprattutto adeguati strumenti finanziari per sostenere e procedere nella rivoluzione digitale».

Il sistema produttivo nazionale, però, non è proprio all'abc sul 4.0: pur restando consistente, è diminuita la quota di imprese che conoscono e utilizzano poco le soluzioni più avanzate proposte dalla digitalizzazione (le aziende

Esordienti e Apprendiste sono passate dal 60,5% del 2018 al 42% del 2024). In compenso, sono aumentate le imprese Specialiste (dal 29,7% al 39,1%), che mostrano una applicazione limitata delle tecnologie abilitanti, così come le Esperte (dal 6,5% al 13,7%) e le Campione (dal 3,3% al 5,2%), quelle aziende, cioè, che hanno pienamente inserito le nuove tecnologie nei propri processi/prodotti o servizi.

Intanto, in questo contesto, l'intelligenza artificiale si sta affermando a un ritmo elevato nel mondo aziendale.

Secondo il nuovo report del Capgemini Research Institute, 'Harnessing the value of AI: Unlocking scalable advantage', quasi sei imprese su dieci (59%) prevedono che entro un anno l'AI entrerà a far parte dei team di lavoro o arriverà a supervisionare altre AI, rispetto al 44% attuale.

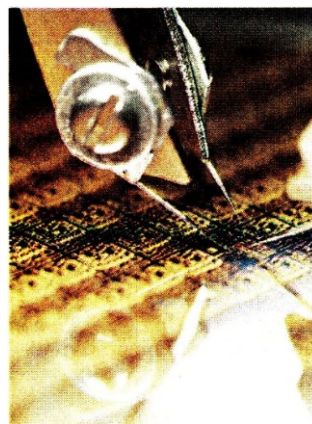
LA COLLABORAZIONE

«Gli agenti AI e gli esseri umani coesisteranno e collaboreranno in diverse configurazioni. Gli agenti stabiliscono le priorità dei compiti e raccomandano azioni per gli esseri umani, mentre gli esseri umani guidano gli agenti, fornendo feedback o approvazioni» sostiene un direttore dei sistemi AI di una grande azienda di telecomunicazioni intervistato nello studio.

L'adozione della tecnologia da parte delle aziende è cresciuta di cinque volte in due anni: oggi il 30% delle organizzazioni la utilizza già in modo parziale o completo, contro il 6% del 2023. L'indagine è stata condotta a livello globale su 1.100 dirigenti di in 11 settori e in 15 Paesi, tra cui l'Italia, per indagare il grado di diffusione dell'AI a livello aziendale. È emerso che il 93% delle imprese sta esplorando applicazioni di AI generativa, soprattutto nei settori telecomunicazioni, beni di consumo, aerospazio e difesa. I principali ambiti di impiego riguardano servizio clienti, marketing, gestione del rischio e It.

Michele Di Branco

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Produzione di chip
nell'impianto di una
azienda italiana**

